مناهج البحوث فى مجال العلاقات العامة

إعداد

د. نجلاء الجمال

٢٠١٤

بسم الله الرحمن الرحيم

رَبَّنَا لا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إِصْراً كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلا تُحَمِّلْنَا مَا لا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَاغْفِرْ لَنَا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلانَا فَانْصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

سورة البقرة- آيه 286 .

تقديم:

إن معادلة النجاح لمؤسسة القرن الواحد و العشرين لم تعد تستند إلى المنتج المميز أو السعر الملائم أو الترويج ألابتكاري فحسب، و لكنها ترتكز في المقام الأول إلى مدى وجود علاقة شراكة ناجحة بين المؤسسة و محيطها، و من ثم فإن تحقيق الأهداف بفعالية و كفاءة يتطلب جهودا متصلة من جانب إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة، و إيمانا حقيقيا بمجموعة من القيم و المبادئ التي تعكس أهمية الجماهير و الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية اتجاههم و مداخل الحفاظ على ولائهم.

ومع تقدم مناهج البحث العلمي، وازدياد المنافسة بين الشركات، أصبح هناك حاجة ماسة إلى التعرف على حاجات الجمهور واتجاهاته بأسلوب واقعي وتفسيرها على أسس علمية، وهكذا ازداد الاعتماد على البحوث التطبيقية في مجال العلاقات العامة، وذلك بجمع البيانات الازمة.

ولإجراء بحوث تطبيقية فى مجال العلاقات العامة كان لازاما ان يتعرف الباحث على طرق ومناهج البحث العلمى بشكل عام كمقدمة لتوظبيفها فى مجال العلاقات العامة والإعلان.

وفى هذا السياق يهدف هذا الكتاب إلى التعرف من خلال فصوله المختلفة إلى طرق وأساليب البحث العلمى ومناهج البحوث المستخدمة فى الدراسات الغعلامية بشكل عام وفى مجال العلاقات العامة والإعلان على وجه الخصوص.

د. نجلاء الجمال

الفصل الأول

مدخل إلى مناهج البحث

– تعريف البحث العلمي-:

البحث عملية منظمة للتوصل إلى حلول المشكلات أو إجابات عن تساؤلات تستخدم فيها أساليب في الاستقصاء والملاحظة، ويمكن أن تؤدي إلى معرفة جديدة.

ولتعريف البحث لغوياً فإن معناه يشتق من كلمة بحث ومعناها طلب أو فتش أو تحرى أو استقصى أو سأل أو اكتشف، ولذا فإن معنى البحث لغوياً هو الطلب والتفتيش والتقصي عن حقيقة من الحقائق أو أمر من الأمور.

وقد عرفه الكثيرون من الباحثين ولم يتفقوا على تعريف محدد ولعل ذلك يرجع إلى تعدد طرائق البحث وأساليبه ومن هذه التعريفات ما يلي:

– البحث العلمي فهو نشاط علمي يتقدم به الباحث لحل أو محاولة حل مشكلة قائمة أو

لفحص موضوع معين واستقصائه من أجل إضافة أمور جديدة للمعرفة الإنسانية أو لإعطاء نقد بناء ومقارنة معرفة سابقة بهدف تقصي الحقيقة ونشرها .والبحث العلمي تحرك من المعلوم إلى المجهول بصورة منطقية بهدف اكتشاف حقائق جديدة.

وقد عرفه" فان دالين "بأنه محاولة دقيقة ومنظمة وناقدة للتوصل إلى حلول لمختلف

المشكلات التي تواجهها الإنسانية وتثير قلق وحيرة الإنسان.

وعرفه" ويتني "بأنه استقصاء دقيق يهدف إلى اكتشاف حقائق وقواعد عامة يمكن التأكد من صحتها.

وعرفه" بولنسكي "بأنه استقصاء منظم يهدف إلى اكتشاف معارف، والتأكد من صحتها عن طريق الاختبار العلمي.

وعرفه" فاخر عاقل "بأنه بحث نظامي وجهد علمي يهدف إلى اكتشاف الحقائق الجديدة والتأكد من صحتها وتحليل العلاقات بين الحقائق المختلفة.

ومن ذلك كله يمكننا تبّني التعريف التالي-:

- نشاط منظم يهدف إلى حل مشكلة قائمة أو تفسير ظاهرة معينة أو تطويرٍ لممارسة ما.

وعلى الرغم من تعدد هذه التعريفات فإنها تشترك جميعها في النقاط التالية-:

1-البحث العلمي محاولة منظمة هادفة أي تتبع أسلوباً أو منهجاً معيناً.

2-البحث العلمي يهدف إلى زيادة المعرفة وتوسيع دائرتها.

3-البحث العلمي يختبر المعارف والعلاقات التي يتوصل إليها ولا يعلنها إلا بعد فحصها وتثبيتها والتأكد منها.

4-البحث العلمي يشمل جميع ميادين الحياة وجميع مشكلاتها.

5-في البحث العلمي تتحد عمليات الاستقراء والاستنباط وتمتزج الملاحظة بالتفكير.

<u>الحاجة إلى البحث العلمي-:</u>

أ -إن منهج البحث العلمي يعني أننا نستخدم طريقة علمية منظمة في مواجهة مشكلاتنا

اليومية ومشكلاتنا العامة، وهذا يعني أيضاً أن نكون قادرين على ما يلي-:

-تحديد مشكلاتنا بشكل دقيق لأن ذلك يساعدنا على تناولها بالدراسة والبحث.

-وضع الفروض التي تساعد على حل المشكلات.

-تحديد الإجراءات اللازمة لاختبار الفروض والوصول إلى حل للمشكلات.

ب -إن دراسة أساليب البحث العلمي وطرائقه تساعدنا على دراسة الأبحاث العلمية التي أنتجها الآخرون وتحديد مدى الاستفادة منها وتطبيق نتائجها.

ج -أن قيامنا بأعمالنا يتطلب استخدام مهارات البحث العلمي وتوظيفها في الأمور الحياتية.

د -إن دراسة أساليب البحث العلمي تعني أن نستخدم الأسلوب العلمي في التفكير ولا يستطيع أحد الاستغناء عن التفكير العلمي في حياته وعمله.

هـ -وأخيراً فإن دراسة أساليب البحث العلمي تزودنا بالوسائل العلمية الضرورية لتحسين أساليب حياتنا وأساليب حياتنا وأساليب عملنا وتطوير أنفسنا عن طريق تنمية أنفسنا تنمية ذاتية.

– خطوات المنهج العلمي أو الطريقة العلمية في البحث-:

يمر المنهج العلمي بالخطوات المتسلسلة التالية-:

1-نشوء الدافعية للبحث-:

فقبل أن يقوم الباحث بعملية البحث لابد أن يشعر أن هناك مشكلة تتطلب حلاً أو ظاهرة تحتاج إلى تفسير، وهذا الشعور والإحساس بوجود المشكلة أو الظاهرة يولد لدى الباحث دافعية للبحث، ومن ألوان الدافعية للبحث رغبة الباحث في الحصول على درجة أكاديمية أو الرغبة في مواجهة التحدي لحل المشكلات أو الرغبة في المتعة العقلية بإنجاز عمل خلاق أو الرغبة في خدمة المجتمع أو الرغبة في التعرف على المجهول أو كنه أمر معين أو تفسير ظاهرة لمعرفة أسبابها ومحاولة التحكم بها والاستفادة منها وتوظيفها.

2-تحديد موضوع البحث-:

بعد أن يقوم الباحث بجمع دراسات وأبحاث سابقة وقراءتها قراءة واعية يقوم بتحديد الموضوع العام لبحثه، ويشترط أن يتميز هذا الموضوع بالجدية والأصالة

وأن لـه قيمـة علميـة وأن تتوافر للباحث المادة العلميـة التـي تكفـي لإجرائـه كمـا يتوفر القدرة عند الباحث للقيام به إضافة إلى رغبة الباحث وميله لإجرائه.

بعد ذلك يقوم بتحديد عنوان بحثه بحيث لا يكون مملاً أو قصيراً أو مخلاً أو غامضاً، ويفضل أن يكون العنوان في صورة جملة مختصرة تشير أو تدل على مشكلة البحث موحياً بهدفه بطريقة محددة لا غموض منها ولا لبس.

ومن الوسائل التي تعين الباحث على اختيار موضوع البحث ما يلي-:

أ -القراءة الواسعة والاطلاع في مجال البحث وحول الموضوع الذي يرغب الباحث في دراسته.

ب -الاطلاع على الأبحاث والدراسات حول هذا الموضوع ولا سيما الحديث منها.

ج -حضور حلقات البحث في الموضوعات ذات العلاقة.

د -الاطلاع على رسائل جامعية أجريت في مجال البحث في بيئات مختلفة.

ويفضل ألا يزيد عدد كلمات العنوان على خمس عشرة كلمة، وألا يتضمن عبارات أو محددات غير ضرورية.

3-تحديد أهداف البحث-:

ولكل بحث أهداف خاصة به ويحدد الهدف من البحث من خلال وضع أسئلة يريد الباحث الإجابة عنها مثل :ماذا أريد أنا من البحث؟ ماذا يمكن أن يحقق هذا البحث للمعرفة الإنسانية وللمشكلة القائمة؟

فالهدف من البحث هو الإجابة على التساؤلات التي يضعها الباحث عند تحديده مشكلة بحثه.

4-تحديد أهمية البحث-:

وتنبع أهمية البحث من قلة الدراسات والأبحاث حول موضوع البحث، ومما قد يضيفه هذا البحث من إضافات معرفية تنصب على الجهة المستفيدة منه ومن نتائجه، وما يقدمه من معلومات لمن يهمه الأمر في هذا الموضوع وما يعده الباحث من أدوات تفيد باحثين آخرين.

5-تصميم البحث-:

حيث يحتاج كل بحث قبل إجرائه إلى تصميم دقيق ويتضمن التصميم الإجابة عن الأسئلة التالية:

*ما موضوع البحث؟ ولماذا هذا البحث؟

أين يمكن إجراء البحث ومتى يمكن إجراءه؟

*ما طبيعة المعلومات والبيانات اللازمة لإجرائه؟

*ما الطريقة البحثية التي يمكن استخدامها؟

*وما الأساليب البحثية التي يمكن توظيفها لجمع البيانات اللازمة؟

*ما الأدوات التي يمكن توظيفها للحصول على البيانات المطلوبة؟

*ما العينة التي يتم تطبيق الدراسة عليها وكيف تختار وما حجمها؟

*ما نوع المعالجات الإحصائية اللازمة لتفسير النتائج؟

ومن هنا يتضح أن تصميم البحث يؤدي إلى توفير سبل الحصول على معلومات دقيقة بجهد قليل وبزمن قصير وبتكلفة مالية معقولة، كما أن التصميم يساعد الباحث على تحديد الخطوات الإجرائية اللازمة لتنفيذ البحث.

6-تطوير خطة البحث-:

والخطة هي تصور مسبق لما سيقوم به الباحث، فهي عقد اتفاق مرن بين الباحث وبين المشرف على البحث وهي متطلب سابق وأساسي للبحث. ويختلف الباحثون حول عناصر خطة البحث إلا أن معظمهم يجمعون على أن تتضمن الخطة العناصر التالية-:

عنوان البحث، ومقدمة البحث تبين أهمية البحث والمبررات التي دفعت الباحث للقيام بالبحث وقيمته العلمية، ثم تحديد لمشكلة البحث، ووضع الفرضيات وتعريف للمصطلحات بشكل إجرائي وتحديد للأدوات المراد استخدامها، ثم وضع محددات البحث وإجراءاته في صورة خطوات محددة ومبرمجة زمنياً، إضافة إلى الأدبيات والدراسات السابقة التي يمكن الاستعانة بها وكذلك قائمة بالمراجع المبدئية التي يمكن الاستعانة بها والاستفادة منها.

7-تنفيذ البحث-:

حيث يتم في هذه المرحلة تنفيذ البحث وإجرائه وفق الخطة المرسومة والتصميم المعد لتحقيق الأهداف المنشودة، ويقوم الباحث بالتنفيذ الفعلي للدراسة ثم يفرغ البيانات ويحللها ويستنبط النتائج في هذه المرحلة. وفي نهاية هذه المرحلة لابد من إجراء إعادة نظر عن طريق التأكد من صحة النتائج ومنطقية الأسلوب وإمكانية التطبيق للنتائج ومعقوليتها.

8-تفسير النتائج-:

والتفسير مجرد تبيان وشرح للنتائج فهو ترجمة من لغة الأرقام إلى اللفظ المفهوم، ويؤدي التفسير إلى فهم أعمق للنتائج التي تم التوصل إليها ويجب أن يكون التفسير قائماً على نتائجوبيانات موثوقة.

كما يختلف التفسير عن المناقشة، لأن المناقشة تعبر عن نظرة ناقدة تقدم تبريراً لظهور النتائج بشكل معين، ومناقشة النتائج تظهر قدرة الباحث وسعة إطلاعه وموضوعيتة وقدرته على الربط والاستدلال. وتساعد هذه المرحلة على اقتراح توصيات مناسبة ذات علاقة بالموضوع.

9-صياغة تقرير البحث:

إن تقرير البحث هو نتيجة للصبر والجهد والعمل الدؤوب الذي قام به الباحث لحل المشكلة، ولابد أن يقوم الباحث بإعداد مسودة للبحث ثم يعيد كتابته إلى أن يعد الصيغة النهائية للبحث.

ويتضمن تقرير البحث ثلاثة أجزاء رئيسة هي-:

أ -الأجزاء التمهيدية وتشمل العنوان والجهة المقدم إليها واسم مقدم البحث وتاريخه وعنوان الباحث ثم المقدمة والشكر وقائمة المحتويات والجداول والأشكال.

ب -جسم البحث الرئيسي :حيث يقسم إلى فصول وكل فصل يحتوي على وحدات وبنود تختلف من بحث لآخر، ويختلف حجم البحث وشكله من بحث لآخر وحسب الموضوع.

ج -الأجزاء الختامية وتشمل الملاحق والاستبيانات والمراجع.

10-نشر البحث-:

وفي نهاية المطاف وبعد طباعة البحث وتدقيق عملية الطباعة وعرضه على المهتمين والمختصين من أجل فحصه والنظر في إمكانية نشره وتقويمه، يمكن تقديم البحث للنشر في مجلات علمية متخصصة، وذلك للاستفادة منه ومن توصياته.

الفصل الثانى

أساسيات البحث العلمى

-أساسيات البحث العلمي:-

أولاً :مفهوم المشكلة-:

كثيراً ما تتردد أمامنا كلمة" مشكلة"، فهل تعني وجود صعوبة ما أو نقص معين أو موقف غامض أو سؤال صعب؟

هناك مفهومان شائعان لكلمة" مشكلة"، المفهوم الأول والأكثر شيوعاً يعرف المشكلة بأنها أمر مثير للقلق أو الشكوى أو عدم الارتياح، فالمشكلة بهذا المعنى تشير إلى ظواهر أو وقائع غير مريحة، وعلى الرغم مما قد تثيره هذه الظواهر من عدم الارتياح إلا أن ثمة افتراضاً ضمنياً بوجود معرفة لدينا عنها أو عن سبب عدم الارتياح، ولهذا فإن عرض المشكلة بهذه الصورة لا يتطلب بالضرورة إجراء بحث نتقصى فيه الوصول إلى معرفة جديدة.

أما المفهوم الثاني للمشكلة وبالمعنى الذي يعبر عنه مصطلح" مشكلة البحث "فإنه يعتمد في جوهره على الافتقار إلى المعرفة أو حالة عدم اليقين بما يتعلق بظاهرة أو أمر من الأمور، وتنشأ الحاجة إلى البحث للوصول إلى المعرفة أو حالة من اليقين بالنسبة لما تتساءل عنه المشكلة.

فالمشكلة سؤال أو موقف يواجه الفرد ولا يوجد استجابة جاهزة للحل ويتطلب إجابة أوتفسير أو معلومات.

ولذا فالمشكلة تتطلب البحث والتقصي عن المعرفة المطلوبة. ومهما كان مفهوم المشكلة فهي لا تتعدى الموقف التالي-:

وجود الباحث أمام تساؤلات أو غموض مع وجود رغبة لديه في الوصول إلى الحقيقة. وتنشأ المشكلة من تفاعل الإنسان مع بيئته، وهذا التفاعل يعتمد على عوامل تتعلق بالإنسان نفسه وعوامل تتعلق بالبيئة أيضاً ولذا تبدو النشاطات التي يمارسها الإنسان في بيئته والخبرات التي يمر بها في حياته

اليومية مصادر مهمة لتزويده بالمشكلات التي تستحق الدراسة ويمكن تحديد مصادر المشكلات بما يلي-:

أ -الخبرة العملية-:

يواجه الإنسان في حياته اليومية عدداً من المواقف والصعوبات التي تتطلب حلاً أو تفسيراً. فالحياة اليومية العملية والأنشطة والخبرات تشكل مصدراً رئيسياً يزودنا بالمشكلات وتوفر الدافعية والرغبة في البحث والتعرف على الأسباب والعوامل التي تؤدي إلى هذه المشكلات.

ب -القراءات والدراسات-:

كثيراً ما نجد في قراءاتنا ودراساتنا مواقف مثيرة لا نستطيع فهمها أو تفسيرها فالقراءة الناقدة تكشف عن هذه المواقف وتدعو الإنسان للبحث.

ج -الدراسات والأبحاث السابقة-:

كثيراً ما يلجأ الطلبة والباحثون إلى العديد من الدراسات والمجلات والأبحاث للإطلاع عليها ومناقشتها والبحث في نتائجها، وهذه الدراسة والمناقشة تثير اهتمامهم وتولد لديهم جملة من المشكلات المطلوب بحثها والوصول لحل لها.

وهنا لابد من التنويه أن الباحث حينما يختار مشكلة معينة فإنها تكون في البداية مشكلة عامة لا يستطيع الباحث بمفرده أن ي□نجز مثل هذه الدراسة في وقت مناسب كأن يختار الباحث دراسة " التعليم في مصر "فهذه الدراسة تتطلب من الباحث الحصول على بيانات ومعلومات كثيرة، ولهذا يقوم الباحث بتضييق موضوع البحث كأن يختار " مشكلات التعليم في صعيد مصر في فترة معينة من الزمن "فيصبح الموضوع أكثر تحديداً، ولذلك فإن تحديد مشكلة البحث يسهل مهمة الباحث ويجعله يركز على جزء محدد وبالتالي يوفر جهداً ووقتاً لإنجاز البحث.

- اختيار مشكلة البحث وتحديدها-:

إن تحديد مشكلة البحث هو في حد ذاته مشكلة تحتاج إلى بحث أو استقصاء، فالباحث يبدأ عادة بنوع من التساؤل غير المحدد، يتولد لديه "إحساس بالمشكلة "بأن أمراً يفتقر إلى المعرفة أو سؤالاً يحتاج أن يجد له إجابة أو مشكلة يحتاج أن يجد لها حلاً . وقد يلجأ الباحث إلى نوع من الاستقصاء ويسترشد بمراجع ومصادر ويحلل مواقف ووقائع إلى أن يتوصلإلى تصور أو أكثر لمشكلة جديرة بالبحث.

ثمة بعض المعايير التي يمكن للباحث أن يحتكم إليها في اختياره المشكلة التي تستحق أن يو جه إليها جهده البحثي وهي-:

1-صلة المشكلة بالمواقف والوقائع التي استدعت التفكير في البحث، أي أن تكون المشكلة حقيقية واقعية.

2-قابلية المشكلة للبحث والحل من حيث إمكانات إخضاعها لمنهجية منضبطة وسهولة الحصول على عينات مناسبة، وتوافر الأدوات التي يمكن بها جمع البيانات.

3-صلة المشكلة باهتمامات الباحث وخبراته ومؤهلاته العلمية، وما إذا كان يملك المعرفة المتخصصة والمهارات البحثية التي تتطلبها متابعة البحث في المشكلة.

4-الأهمية النظرية للمشكلة، وما إذا كان البحث فيها يضيف جديداً من المعرفة في موضوعها وما إذا كان المتخصصون في مجالها يقدرون أهميتها ويقررون بجدارة البحث فيها، وما يمكن أن يترتب على نتائج بحثها من تقدم أو تحسن في المجال المعرفي المتخصص.

5-الأهمية العملية للمشكلة، وما إذا كانت نتائج البحث فيها تساهم في تحسين الممارسات التربوية وتستقطب اهتمام العاملين في المجال التربوي وأن تطويراً تربوياً له أهميته يترتب على النتائج المحتملة.

وتعد عملية تحديد مشكلة البحث أصعب مراحل البحث العلمي، وهناك عدة طرق تساعد الباحث في تحديد مسألة البحث منها-:

أ -الانتقال من العام إلى الخاص-:

فالخطوة الأولى تحديد مسألة البحث هي أن يختار الباحث مشكلة عامة ذات علاقة بمجال تخصصه واهتمامه وأهدافه ثم يدقق الباحث في الأمور فيضعها في إطار أكثر تحديداً عن طريق تضييق المجال الزمني والمجال المكاني والمجال النوعي وهذه الحدود تنقل الباحث من الإطار العام إلى الإطار الخاص.

ب -العمل ضمن فريق بحث-:

فقد ينضم الباحث إلى فريق يعمل ضمن إطار معين حيث يساهم مع غيره في إنجاز جزء من البحث تحت إشراف المشرف المختص.

ج -القراءة المنظمة-:

فبعد أن يختار الباحث موضوعاً عاماً يقوم بسلسلة من القراءات المنظمة للتعرف على ما تم إنجازه في الموضوع بشكل عام آملاً الوصول إلى مشكلة محددة.

لذا ينصح الباحث بالإطلاع على المجلات العلمية والمراجع والكتب لتحديد مشكلات بحثية.

د -الاستفادة من النظريات المعروفة-:

فقد يلاحظ الباحث في أثناء قراءته أن هناك عدة بحوث متشابهة في أسلوبها وقد تكون أحياناً مختلفة ولكنها تعالج مسائل ذات طبيعة واحدة، فعندها يتساءل الباحث عن إمكانية وضع نظرية عامة أو إطار عام يشمل هذه البحوث كحالات خاصة.

هـ– المراقبة الواعية-:

فقد يلجأ الباحث إلى مراقبة بعض الحوادث التي تقع ضمن اختصاصه آملاً في ملاحظة أمر يستحق البحث.

و-حضور الندوات العلمية-:

حيث يثار في مثل هذه الندوات أحدث ما توصل إليه الباحثون وقد تظهر بعض المشكلات البحثية من خلال المناقشة.

<u>– صياغة المشكلة-:</u>

هناك طريقتان لصياغة المشكلة هما-:

أ -أن تصاغ المشكلة بعبارة لفظية تقريرية، فإذا أراد الباحث أن يبحث في العلاقة بين متغيرين مثل الذكاء والتحصيل الدراسي فإنه يكتب مشكلته بالعبارة التقريرية التالية:

علاقة الذكاء بالتحصيل الدراسي.

ب -ويفضل معظم العاملين في ميدان البحث العلمي أن تصاغ المشكلة في صورة سؤال

أي على النحو التالي:

ما أثر الذكاء على التحصيل الدراسي لطلبة المرحلة......... ؟

وهذا السؤال يبرز بوضوح العلاقة بين المتغيرين الأساسيين في الدراسة وهذه الصياغة تساعد الباحث في تحديد الهدف الرئيسي من البحث وهو الإجابة عن السؤال البحثي.

– معايير صياغة المشكلة-:

1-وضوح الصياغة ودقتها.

فصياغة المشكلة بشكل سؤال أكثر وضوحاً وتحديداً من صياغتها بشكل تقريري.

2-أن يتضح في الصياغة وجود متغيرات الدراسة.

فالسؤال البحثي لابد أن يسأل عن العلاقة بين المتغيرات الداخلة في الدراسة بحيث تكون هذه المتغيرات محددة وقابلة للقياس.

3-يفضل أن تصاغ المشكلة بشكل سؤال واضح لا إبهام فيه، فوضوح السؤال يمكن التوصل إلى حل له ويساعد ذلك على اتخاذ الإجراء اللازم لاختيار الطريقة البحثية المناسبة.

– مواصفات المشكلة الجديرة بالبحث-:

لكي تكون مشكلة البحث جديرة بالبحث عن حلول لها لابد أن تتوافر فيها المواصفات التالية.

(1 أن تكون المشكلة حقيقية واقعية يشعر الباحث بوجودها ويدرك أهمية البحث فيها.

(2 أن تكون قابلة للحل ضمن الإمكانات المتاحة والمتوافرة.

(3 أن يكون بالإمكان جمع بيانات عنها تمكن من الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبارها.

(4 ألا تتعرض لموضوع أو موقف يثير الحساسية من نواح أخلاقية أو عرقية وما شابه ذلك.

(5 أن تكون نتائج حلها والتوصيات قابلة للتطبيق والاستفادة منها.

ثانياً :فرضيات البحث-:

عرفنا أن الباحث بعد أن يحدد مشكلة بحثه ويصوغها بسؤال رئيسي أو بعدة أسئلة فإنه يحاول أن يضع فرضيات مبدأية للإجابة عن هذه الأسئلة ولحل هذه المشكلة.

فالفرضية هي تخمين مبني على الخبرة ودقة الملاحظة للعلاقات وأسبابها، فلا تأتي الفرضية من فراغ، بل هي إجابة محتملة لسؤال البحث أو نتيجة محتملة لإجراء متوقع. وتمثل الفرضية علاقة بين متغيرين أو أكثر.

– صياغة الفرضية-:

إن صياغة الفرضية يتطلب من الباحث المعرفة بطبيعة المشكلة ومسبباتها الممكنة.

كلالالالاذلك يتطلب وضعها في صورة يمكن اختبارها، ولما كانت أي قضية تحتمل الصحة أو الخطأ فإنه من المنطقي أن يكون هناك فرضيتان متعاكستان(أي أن إحداهما عكس الثانية) وتسمى H ويرمز للثانية بالرمز H 1 وتسمى إحداهما الفرضية المبدئية ويرمز لها بالرمز0 .

ويمكن صياغة الفروض بأسلوبين-: أسلوب شرطي وأسلوب تقريري.

ففي الأسلوب الشرطي تصاغ الفرضية على صورة إذا ...... فإن. ......

إذا التحق الأطفال في رياض الأطفال فإن تحصيلهم في الصف الأول سيكون أعلى من تحصيل زملائهم الذين لم يلتحقوا بالرياض.

وفي الأسلوب التقريري تصاغ الفرضية بإحدى الصيغتين التاليتين-:

أ (الفرضية ذات الاتجاه :وهي الفرضية التي تقرر علاقة بين متغيرات الدراسة أو تقرر الفروق التي يتوقع الباحث أنها ستظهر بين عوامل الدراسة مثل-:

الطلبة في الصف الأول الذين التحقوا برياض الاطفال سيكون تحصيلهم أعلى من تحصيل الطلبة في الصف نفسه الذين لم يلتحقوا بالرياض.

أو :هناك علاقة إيجابية بين مستوى تحصيل الطلبة في الصف الأول والالتحاق في رياض الاطفال.

ب (الفرضية الصفرية :وهي الفرضية التي تقرر عدم وجود علاقة بين متغيرات الدراسة أو تقرر عدم وجود فوارق بين معالجات الدراسة.

مثل :لا يوجد فرق بين تحصيل طلبة الصف الأول الذين التحقوا بالرياض وتحصيل زملائهم الذين لم يلتحقوا بالرياض.

أو :لا توجد علاقة بين مستوى تحصيل الطلبة في الصف الأول والالتحاق في الرياض.

<u>– معايير صياغة الفرضية الجيدة-:</u>

حتى تكون الفرضية على جانب كبير من الفائدة للباحث فإنه يجب أن تحقق الصفات التالية-:

أ - يجب أن تقرر الفرضية العلاقة بين متغيرين أو أكثر.

ب- يجب أن تقرر الفرضية العلاقة بين متغيرات الدراسة بشكل واضح ومختصر بقدر الإمكان.

ج- يجب أن يكون لدى الباحث مسوغات مقنعة لوضع هذه الفرضية، ولذا يتوجب على الباحث أن يكون واسع الإطلاع على الدراسات السابقة والنظريات ذات العلاقة بموضوع البحث.

د- يجب أن تكون الفرضية قابلة للاختبار بمعنى أن بالإمكان جمع معلومات وبيانات من عينة ممثلة للمجتمع حول المتغيرات الداخلة في صياغة الفرضية.

ثالثاً :خطة البحث-:

يعتقد الكثير من الباحثين أن خطة البحث هي قائمة المحتويات وأنها لا تزيد على صفحتين، ولكن الواقع أن خطة البحث ينبغي ألا تقل عن عشر صفحات ولا تزيد على العشرين صفحة وتتضمن البنود التالية مرتبة على النحو التالي-:

1موضوع البحث :

حيث يذكر الباحث الموضوع بعبارة تشير أو تدل على المجال الذي سيبحث فيه محدداً المتغيرات والعلاقات المراد بحثها ودراستها.

2- هدف البحث :

إيجاد إجابة وافية شاملة شافية لسؤال البحث الرئيسي.

3أهمية البحث :

يبين الباحث أهمية بحثه وحوجة المكتبة إليه وإضافته للعلم وفائدته التطبيقية والعملية وتتبع أهمية البحث من :أهمية الموضوع ذاته ومن قلة الدراسات حوله وما سيضيفه من معرفة جديدة تفيد العاملين في مجاله.

4 مبررات البحث:

حيث يذكر الباحث الأسباب التي أدت إلى اختيار هذا الموضوع.

5 -مشكلة البحث :

يحدد الباحث مشكلة بحثه بشكل سؤال رئيسي أو في صورة جملة تقريرية محدداً فيها المتغيرات والعلاقات .والتحديد الدقيق للمشكلة يتطلب وضع حدود زمانية ومكانية ونوعية للبحث.

6 -أسئلة البحث :

حيث يفتت الباحث السؤال الرئيسي إلى أسئلة فرعية محورية.

7– فرضيات البحث :

يحاول الباحث الإجابة التخمينية لأسئلة البحث في صيغة علاقة بين متغيرين.

8- الإطار النظري :

يذكر الباحث أهم النظريات التي حاولت تفسير الظاهرة موضع الدراسة أو المشكلة قيد البحث بصورة مختصرة.

9 -الدراسات السابقة:

يشير الباحث إلى عدد من الدراسات السابقة في مجال بحثه ويحدد هدف ومكان وزمان وأهم نتائج كل دراسة منها.

10-منهج البحث:

يذكر الباحث الطريقة التي يود اتباعها في بحثه.

11 –أدوات البحث :

يذكر ويحدد نوع الأداة أو الأدوات التي سوف يستخدمها لجمع البيانات المطلوبة لبحثه.

12– مصطلحات البحث :

يعرف الباحث المصطلحات التي سوف يستخدمها في بحثه وذلك بصورة قاطعة بعد دراسة هذه المصطلحات من مراجع أو مؤلفات سابقة.

13 -إجراءات الدراسة :

حيث يحدد باختصار-: مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، الطرق والمعالجات الإحصائية المراد استخدامها، تحديد الإجراءات والخطوات التي سيقوم باتباعها في أثناء تنفيذ بحثه.

14مراجع البحث أو الدراسة -:

حيث يشير الباحث إلى بعض المصادر والمراجع التي تناولت موضوعه والمأمول الاستفادة منها .

الفصل الثالث

أدوات البحث العلمى

- أدوات البحث العلمي:

مقدمة:

تعتبر عملية جمع البيانات خطوة مهمة في إجراء البحوث، ولكي يجمع الباحث البيانات المتعلقة بموضوع بحثه على نحو علمي منظم فإنه يدقق في اختيار أدوات بحثه أو يعدها بنفسه لتناسب مشكلة بحثه وهدفه والطريقة البحثية التي اختارها لتنفيذ هذا البحث، وذلك ليتمكن من إثبات فروضه ومن ثم تفسير نتائجه.

والبحث يبدأ غالباً بمشكلة حيث بعد تحديدها بدقة يقرر الباحث المدخل الذي يؤدي إلى شكل البيانات ونوعها والتي تلزمه لاختبار صدق فرضياته، فيفحص ما يتيسر له من أدوات ويختار أكثرها ملاءمة لتحقيق هدفه، ولعل اختيار الوسيلة المناسبة للحصول على البيانات أمر يحتاج إلى اتقان فيستخدم الباحث الأداة المناسبة لبحثه، وفي الكثير من الأحيان يحتاج إلى إعداد أدواته بنفسه بعد الإطلاع على الأدب التربوي والدراسات السابقة والأدوات المتشابهة وبعد التحديد الدقيق لمشكلة بحثه.

فالأدوات البحثية وسائل مساعدة للحصول على البيانات اللازمة لموضوع البحث، كما تساعد على تحديد ما لدى الباحث من قدرات واستعدادات وطرائق تفكير وبحث، ولذلك لا بد أن يكون لدى الباحث إلمام وافٍ بمجموعة واسعة من الأدوات والوسائل وأن يكون على ألفة بطبيعة البيانات التي تؤدي إليها وكذلك لابد أن يكون لديه مهارة في استخدام هذهالأدوات وإعدادها، وتفسير البيانات التي تؤدي إليها.

ومن الأدوات التي يستخدمها الباحث للحصول على البيانات اللازمة : الملاحظة والاستبيان والمقابلة والاختبار والمقاييس، ولكل بحث أدواته الخاصة

به وقد تختلف هذه الأدوات باختلاف طبيعة البحث أو موضوعه ومنهجه وأهدافه، وعلى سبيل المثال أكثر الأدوات البحثية مناسبة للبحوث الإنسانية المسحية والاستطلاعية هي الاستبانة والمقابلة وفي البحوث التجريبية نعتمد غالباً على الملاحظة المباشرة وفي البحوث التاريخية نعتمد على الملاحظة غير المباشرة وفي الدراسات التربوية التي تهدف إلى قياس تحصيل الطلبة أو تقويم المناهج أو مقارنة طرائق التدريس تكون الاختبارات أنسب أداة لذلك.

– المرحلة الأولى تكوين أداة البحث-:

رغم أن أدوات البحث متنوعة إلا أنها جميعاً تتفق في تعيين تسلسل الخطوات الواجب اتخاذها، وتتضمن هذه الخطوات بيان الغرض من الأداة وتعيين شكلها ومضمونها وكتابةبنودها وتجريبها وصوغها في الصورة النهائية ثم تقنين الأداة والتأكد من صدقها وثباتها. ويمكن تحديد خطوات الأداة البحثية:tn hgjhgn

أ -تحديد الغرض من تكوين أداة البحث:

هو الإجابة عن سؤال -:لماذا نصمم هذه الأداة؟ ولِمن تصمم؟

وتتضمن الإجابة موضوع البحث أو الظاهرة التي نريد وصفها وقياسها وخصائص الأفراد الذين سوف تطبق عليهم الأداة وفائدة إجراء واستخدام الأداة، فقد تستخدم لغرض واحد أوأكثر.

ب -ترجمة الغرض إلى صيغ إجرائية عملية-:

وفي هذه الخطوة نتعرف إلى قابلية تنفيذ الغرض من الأداة عملياً حيث يتم تعريف المفاهيم والمصطلحات إجرائياً من قبل الباحث ثم يحدد أبعاد الأداة بحسب الموضوع والغرض المطلوب.

ج -تعيين مضمون الأداة وشكلها-:

وفي هذه الخطوة يحدد الإطار العام للأداة الذي تقدم البنود من خلاله، كما يحدد أنواع السلوك الذي تستوضحه الأداة عند استخدامها .وهنا لا بد من مراعاة شمولية المضمون ومناسبته وتكامله وانتمائه للهدف.

– المرحلة الثانية :إنشاء أداة البحث-:

أ -كتابة البنود أو الفقرات-:

وفيها يصوغ الباحث أو معد الأداة البنود بصيغة مناسبة ثم يجربها بشكل مبدئي ويراجعها ويعدل الأداة في ضوء ذلك بحيث تصبح مطابقة للمظاهر السلوكية المطلوب تحديدها وقياسها.

ب -التجريب والتحليل المبدئي للبنود:

حيث تطبق الصورة الأولية للأداة على عينة استطلاعية غير عينة البحث بحيث تكون مماثلة لها وذلك بغرض استيضاح استجابات أفراد هذه العينة الاستطلاعية للبنود، وتصنف وفق مستويين : المستوى الكمي من حيث تقدير مستوى الصعوبة وقوة التمييز والمستوى الكيفي من حيث وضوح أو غموض البنود.

ج -صوغ الأداة في شكلها شبه النهائي:

حيث يتم تعديل البنود في ضوء التجريب المبدئي ومن ثم يتم إعداد صورة شبه نهائية للأداة تمهيداً لتجريبها من أجل محاكمة صدقها وثباتها. ويتم وضع التعليمات اللازمة لطريقة التدوين المطلوبة وطريقة حساب استجابات الأفراد.

– المرحلة الثالثة :ضبط أداة البحث-:

وتكون الأداة مضبوطة وصالحة للاستخدام بعد تحليلها تقنياً ويتضمن ذلك التأكد من صدق الأداة وثباتها وموضوعيتها وملاءمتها للغرض الذي من أجله صممت .ومن الضوابط التيتقلل من تأثير العوامل التي تدخل في عملية القياس-:

– تقديم البنود نفسها أو ما يكافئها تماماً لكل من يجيب أو يتعرض للقياس .
– توحيد قواعد الإجراء على جميع من يتعرضون للأداة .
– توحيد معايير التصحيح والاتفاق على معايير موضوعية محددة وموحدة يلتزم بها جميع المصححين.

– أنواع أدوات البحث-:

1-الملاحظة -:

تعد الملاحظة من الأدوات البحثية التي يمكن استخدامها للحصول على بيانات تتعلق ببعض الحوادث والوقائع، ويفضل استخدام الملاحظة كأداة بحثية على غيرها من الأدوات وخاصة عندما تكون ممكنة حيث يتم فيها تحديد ما هو مطلوب التركيز عليه وتدوين ما يراه الباحث أو ما يسمعه بدقة تامة.

والملاحظة الجيدة تتم باستخدام وسيلة صادقة تتضمن التدوين الدقيق أو الرصد في مواقف فعلية من قبل شخص مدرب لديه اتجاهات إيجابية نحو البحث العلمي ولديه أمانة علمية.

ولذلك تعد الملاحظة أداة بحثية من أكثر الأدوات دقة وأقلها تحيزاً إضافة إلى أنه يمكن تسجيلها وتصويرها على أشرطة سمعية ومرئية.

ولكي تتم الملاحظة بشكل جيد وصحيح لا بد من مراعاة ما يلي:

أ -تحديد مجال الملاحظة أي ما يريد الباحث ملاحظته.
ب -تحديد مكان وزمان الملاحظة.
ج -تدوين مجريات الأمور بدقة وفي الوقت المناسب وعدم الإكثار من العناصر المراد ملاحظتها دون ضرورة وعدم تأجيل تسجيل ما يلاحظ.
د -إعداد مسبق لصحيفة الملاحظة ليتم تسجيل البيانات التي يلاحظها الباحث، أو أنماط السلوك المتوقع ملاحظته.

ويمكن تصنيف الملاحظة إلى أنواع وأشكال مختلفة حسب الأساس الذي يعتمد للتصنيف، فالملاحظة قد تكون مباشرة حين يقوم الباحث أو جامع البيانات بملاحظة سلوك معين من خلال اتصاله مباشرة بالأشخاص أو الأشياء المراد دراستها، وقد تكون غير مباشرة حين يقوم الباحث أو جامع البيانات بجمع البيانات من مصادر ثانوية كالمراجع والسجلات والتقارير والمذكرات التي أعدها الآخرون.

– مزايا الملاحظة كأداة بحثية وعيوبها:

تتميز الملاحظة بما يلي-:

1-دقة البيانات التي يمكن الحصول عليها عن طريق الملاحظة.

2-يتم تسجيل السلوك الذي يلاحظ في أثناء فترة الملاحظة حيث يضمن ذلك دقة التسجيل وبالتالي دقة البيانات.

3-يمكن إجراء الملاحظة على عدد قليل من الفحوصين وليس من الضروري أن تكون العينة التي يلاحظها الباحث كبيرة الحجم.

4-قلة التكلفة والجهد المبذول في الملاحظة والتدوين.

وبالرغم من تلك المزايا للملاحظة كأداة بحثية فإن من عيوبها ما يلي-:

– تتطلب باحثاً متدرباً شديد الانتباه .

– قد تتطلب وقتاً طويلاً، فقد ينتظر الباحث أو جامع البيانات فترة طويلة حتى يبرز السلوك المطلوب ملاحظته، وقد لا يتحقق هذا من خلال انتظار الباحث.

– قد يسهى على الباحث أو جامع البيانات ملاحظة موقف جزئي أو تسجيل ما يلاحظه بالكامل.

– قد تتدخل عوامل وقتية تؤثر على السلوك في أثناء الملاحظة فيؤثر ذلك على دقة وصحة ما يلاحظ.

– قد يصعب تحليل الملاحظات الوصفية وتحويلها إلى بيانات كمية (عددية).

2 -الاستبيان:

الاستبيان صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد الدراسة، حيث يطلب منهم الإجابة عنها بكل حرية. والاستبيان لغة هو طلب البيان واصطلاحاً هو الإبانة عما في الذات وهو في هذا يختلف عن الاستفتاء حيث عُرف الاستفتاء لغة طلب الفتوى أو سؤال من يعلم، وكذلك يختلف عن استطلاع الرأي، فإذا اعتبرنا أن الاستبيان يسعى إلى الحصول على معلومات وحقائق محددة عن المشكلة المعينة، فإن استطلاع الرأي يسعى إلى مسح آراء الأفراد والجماعات حول قضية معينة أو مشكلة محددة.

وقد شاع إطلاق لفظ استبيان على وسائل قياس الشخصية الموضوعية منذ صمم وود ورث عام 1917 صحيفة البيانات الشخصية لعزل من يفتقدون الثبات الانفعالي لإعفائهم من الخدمة في الجيش الأمريكي.

والافتراض الأساسي الذي يكمن وراء هذه الأداة هو أن الإنسان أفضل من يلاحظ أو يصف ذاته أو يحدد سلوكه الخاص، فالاستبيان هو بيان نتائج التطبيق العملي لإطار فكري نظري ولذلك يكون الاستبيان في صيغة مما يأتي:

1-يقدم للفرد قائمة صفات ويطلب منه وضع علامة على ما يصف شخصيته.

2-يطلب من الفرد أن يقرر ردود أفعال اعتيادية تجاه موقف ما.

3-يطلب من الفرد أن يوضح اتجاهاته أو اهتماماته أو قيمه.

ولتصميم الاستبيان لابد من تحديد الهدف منه في ضوء تحديد مشكلة البحث وأسئلته ثم تحويل السؤال الرئيسي إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية حيث يرتبط كل سؤال فرعي بجانب من جوانب المشكلة، ثم وضع عدد من الأسئلة المتعلقة بكل موضوع أو جانب من جوانب الاستبيان.

وتصنف الاستبانات إلى ثلاثة أنواع-:

أ -استبانات مفتوحة وتصاغ بأسئلة تحتاج إلى إجابات مقالية بهدف جمع أكبر عدد من العناصر التي تغطي الموضوع.

ب -استبانات مقيدة وتصاغ بأسئلة تحتاج إلى اختيار إجابة محددة تتفق مع رأيه وهي تشبه أسئلة الاختيار من متعدد.

ج -استبانات مفتوحة -مقيدة-:

وهي مزيج من النوعين السابقين حيث يضع الباحث أسئلة مغلقة ثم ينهي كل مجموعة متجانسة منه بسؤال مفتوح غير وارد في البدائل الثابتة.

وتؤثر صيغة الاستبانة وتعليماتها في أفراد الدراسة وتجعلهم يقبلون على تعبئتها أو إهمالها **ولذلك يجب اتباع الأمور التالية في الصيغة الشكلية للاستبيان-:**

1-اجعل الاستبانة جذابة في شكلها ومظهرها بحيث يقبل المفحوص على تعبئتها.

2-اجعل أمر تعبئة الاستبانة سهلاً.

3-رقم الأسئلة أو الفقرات وكذلك صفحات الاستبانة.

4-ضع عنوان الشخص) المؤسسة (الذي ستعاد إليه الاستبانة.

5-ضمن الصفحة الأولى تعليمات واضحة عن كيفية تعبئة الاستبانة وكذلك أرفق مثالاً توضيحياً.

6-ابدأ بالأسئلة الممتعة والمهمة ولا تضعها في نهاية استبانة طويلة.

7-ضمن الصفحة الأولى عبارة تطمئن المفحوص إلى سرية البيانات وأنها ليس للنشر والتوزيع بل للبحث والدراسة.

وعند صياغة الاستبيان يتوجب مراعاة الأمور التالية في محتواها:-

1-وضوح الجمل أو البنود بحيث يسهل فهمها.

2-قصر الجمل ووحدانية الهدف أي ألا تكون البنود مركبة.

3-يفضل تجنب استخدام الجمل المنفية حيث أن استخدام النفي قد يؤدي إلى استجابة غير سليمة.

4-يفضل تجنب استخدام كلمات فنية اصطلاحية غير مألوفة لأفراد الدراسة لأن استخدام مثل هذه الكلمات لا يؤدي إلى فهم الجمل والمطلوب منها.

5-تجنب الأسئلة الإيحائية المو جهة التي قد تقود أفراد الدراسة للإجابة باتجاه يرضي الباحث أو وضع أسئلة يمكن أن يكون لها أكثر من جواب أو توحي باختيار إجابة معينة.

6-يجب صوغ الأسئلة العددية بشكل دقيق أي يحدد الاستجابة المطلوبة بدقة بذكر الوحدة المستخدمة في القياس.

– مزايا الاستبيان كأداة بحثية وعيوبه-:

تتميز الاستبانة بما يلي-:

1-قلة التكاليف والجهد حيث إنها تطبق على جماعات مهما كبرت بجهد محدود وبتكلفة محدودة.

2-سهولة التأكد من صدقها وثباتها قبل استخدامها.

3-سهولة تحليل النتائج إحصائياً.

4-يعطي المفحوص وقتاً كافياً لقراءتها والإجابة عليها دون إلحاح من صاحب الإستبانة أو التأثير عليه أو التدخل في الإجابة.

5-حرية الاستجابة والتعبير عن الرأي.

وبالرغم من أن الاستبيان وسيلة ملائمة للحصول على بيانات وآراء في وقت قصير نسبياً إلا أنه يؤخذ عليها ما يلي-:

1-قد تتأثر إجابات بعض المفحوصين بطريقة وضع الأسئلة.

2-هناك فروق بين الاستجابات نتيجة لاختلاف المفحوصين من حيث مؤهلاتهم وخبراتهم ونتيجة لتفاعلهم واهتمامهم بموضوع الاستبيان.

3-عدم ضمان تعامل المجيب أو المفحوص عليها بصدق وجدية أو الاستعانة بآخرين في الإجابة عنها.

4-يميل بعض المفحوصين إلى تقديم معلومات غير دقيقة.

5-لا تناسب عديمي القراءة أو المتحدثين بلغات أخرى.

3– المقابلة -:

تعتبر المقابلة أداة بحثية تشابه إلى حد كبير الاستبانة في خطواتها ومواصفاتها مع فارق واحد هو أنها حوار بين الباحث وصاحب الحالة المراد الحصول على معلومات منه أو تعبيراته عن آرائه واتجاهاته ومشاعره، ويقوم

بالمقابلة أشخاص مدربون تدريباً خاصاً لجمع البيانات من الأفراد بشكل مباشر من خلال طرح أسئلة محددة وتفسير الغامض منها ويقوم الباحث أو من ينوب عنه بتسجيل ما دار فيها.

وعن طريق المقابلة يمكن الباحث من دراسة وفهم التعبيرات النفسية للمفحوص والاطلاع على مدى انفعاله وتأثره بالبيانات التي يقدمها، كما تمكن من إقامة علاقات ثقة ومودة بين الباحث والمفحوص.

ويستطيع الباحث من خلال المقابلة أيضاً أن يختبر مدى صدق المفحوص ومدى دقته فيالإجابة التي يطرحها.

والمقابلة كأداة بحثية تتطلب تخطيطاً وإعداداً مسبقاً كما تتطلب تأهيلاً وتدريباً خاصاً، ويتطلب استخدام المقابلة كأداة بحثية من الباحث أن يكون قادراً على استخدام تقنيات خاصة

بإجراء المقابلات يتعلق بعضها بالأعداد للمقابلة مثل اختيار المفحوص وإعداد المكان المناسب وتوفير الوقت اللازم والأسئلة اللازمة ويتعلق بعضها بتدريب الباحث أو جامع البيانات على إجراء المقابلة وتوجيه الأسئلة وإقامة الجو الإنساني الآمن للمقابلة.

ولذا لابد من مراعاة الاعتبارات التالية-:

1 - في مرحلة الإعداد للمقابلة:

يتطلب تحديد أهداف المقابلة والمعلومات التي يريد الباحث الحصول عليها من المصادر البشرية، كما يتطلب تحديد هذه المصادر وإعداد للأسئلة المراد توجيهها، بحيث تكون واضحة وموضوعية ومحددة، إضافة إلى تحديد لمكان المقابلة وزمانه مراعياً أن يكون وقتها مناسباً للمفحوص لا يتعارض مع أعمال مهمة أخرى.

2 -في مرحلة تنفيذ المقابلة -:

يتطلب من الباحث في هذه المرحلة-:

التدرب على إجراء المقابلة وتنفيذها بأسلوب شيق غير متكلف وفي جو ودي . والبدء بحديث مشوق ومتدرج يقود للدور المطلوب من المفحوص كما تتطلب توجيه أسئلة واضحة غير محرجة أو تشكل اتهاماً للمفحوص تضطره للدفاع عن نفسه، كما تتطلب إعطاء الوقت الكافي للمفحوص لتقديم إجابته مع توضيح اللبس أو الغموض الذي قد يطرأ في تنفيذها.

3- في مرحلة تسجيل المقابلة:

حيث تتطلب هذه المرحلة تسجيل الوقائع والبيانات التي يحصل عليها من المفحوص وذلك بعد التأكد من صحتها مراعياً في ذلك:

– عدم الاستغراق في الكتابة والتسجيل بل يكتفي برءوس أقلام أو ملاحظات مختصرة .–كما لا يجوز ترك التسجيل حتى نهاية المقابلة.

– ويمكن استخدام أجهزة التسجيل ولكن يجب أن يكون ذلك بعلم المفحوص، حيث إن استخدام مثل هذه الأجهزة يمكن أن يعطي دقة وموضوعية أكثر.

– مزايا المقابلة كأداة بحثية وعيوبها-:

تتميز المقابلة كأداة بحثية بما يلي:

1-يمكن استخدام المقابلة كأداة بحثية حين يكون المفحوصون أطفالاً أو أشخاصاً لا يعرفون القراءة والكتابة.

2-نسبة عدم الاستجابة قليلة جداً مقارنة بالاستبانة.

3-الحصول على بيانات أكثر دقة وذلك بسبب توضيح الباحث أو جامع البيانات للغموض في الأسئلة.

أما عيوب المقابلة كأداة بحثية فيمكن تحديدها فيما يلي-:

1-قد ينشأ تحيز بسبب كون جامع البيانات غير مؤهل تأهيلاً كافياً حيث يمكن أن يؤثر بوجهات نظره الشخصية على أفراد الدراسة الذين يقابلهم.

2-الوقوع في بعض الأخطاء عند التسجيل نتيجة للإرهاق أو كبر العدد الذي يقابله.

3-قد تكون العينة غير ممثلة لمجتمع الدراسة وبالتالي لا تكون المعلومات والبيانات التي تجمع على درجة من الدقة المطلوبة.

4-قد تحتاج المقابلة إلى وقت طويل وجهد كبير وتكلفة مالية عالية.

– <u>خصائص أداة البحث الجيدة-:</u>

1– الصدق:

يقال للأداة البحثية أنها صادقة إذا قاست ما نريد أن نقيسه بالفعل، ولم تقس شيئاً آخر مغايراً لما نريد.

وصدق الأداة له دلالات متنوعة يمكن تصنيفها فيما يلي-:

أ -صدق البناء :ويمكن الحكم على صدق بناء الأداة إذا كانت نتائج استخدامها منسجمة مع توقعات الباحث أو تنبؤاته.

وكمثال على ذلك نفرض أننا وضعنا إطاراً نظرياً يقول أن طريقة الاكتشاف في تعليم الرياضيات قد تؤدي إلى تحصيل أفضل، وأجريت تجربة على أفراد عينة من المجتمع وكشفت نتائج تطبيق الأداة عما يتنبأ به الإطار النظري، عند ذلك نقول أن الأداة اتصفت بصدق البناء.

ب -صدق المحك :ويعتمد صدق المحك لأداة ما على مدى ارتباط نتائج الأداة مع محك يقيس التنبؤ الناشئ من نتائج الأداة، حيث يحدث صدق المحك عندما يكون هذا الارتباط مرتفعاً، وكمثال على ذلك إذا أخذنا علامات الطلبة في الثانوية العامة وعلاماتهم في الجامعة وتوقعنا وجود ارتباط بين هذه العلامات فإن الأداة التي تستخدم لقياس ذلك تكون صادقة في محكها.

ج -صدق المحتوى :تكون الأداة صادقة في محتواها إذا أخذنا بعين الاعتبار كافة العناصر الأساسية المتعلقة بالمحتوى ويمكن التأكد من صدق المحتوى بعدة وسائل منها-:

1-عرض الأداة على المختصين من أجل إبداء الرأي في شموليتها لمفردات المحتوى.

2-تحليل المحتوى ومقارنته بالأداة البحثية.

3-الاعتماد على بحوث ودراسات سابقة ذات صلة بنفس موضوع الأداة.

2 -الثبات -:

يقال للأداة ثابتة إذا قاست ما تقيسه بدرجة عالية من الدقة والإحكام أي تكون النتائج التي تعطيها الأداة متقاربة أو متماثلة إذا تكرر تطبيق الأداة على نفس المجموعة أو على مجموعة مماثلة بعد فترة معينة.

ويقاس ثبات الأداة بعدة طرق منها-:

أ -طريقة الصور المتكافئة -:أي تعد صور مختلفة تتناول نفس الموضوعات وبنفس نوعية الفقرات ولكن مع اختلاف بعض ألفاظها، ويقاس الثبات في هذه الطريقة بإيجاد معامل الارتباط للصور المتكافئة، فإذا كان المعامل مرتفعاً دلّ ذلك على ثبات الأداة.

ب -طريقة إعادة التطبيق -:حيث نلجأ إلى إعادة تطبيق الأداة نفسها على أفراد العينة نفسها بعد فترة زمنية معينة ومن ثم نحسب معامل الارتباط بين النتائج في المرة الأولى والمرة الثانية، فإذا كان المعامل مرتفعاً فهذا يعني أن الأداة ثابتة.

3 -الموضوعية:–

تتصف الأداة البحثية بالموضوعية إذا كانت تؤدي إلى نتائج محددة لا مجال للحكم الشخصي في تقديرها، أي إذا كانت النتائج لا تتأثر بذاتية المصحح أو شخصيته.

4 -الملاءمة -:

إذا حققت الأداة الهدف الذي وضعت من أجله وكانت منسجمة مع الزمن المخصص للاستجابة على فقراتها وكانت مناسبة للأفراد الذين توزع عليهم من حيث مستواهم وأعمارهم، وكانت متصفة بالوضوح وسلامة اللغة وخالية من أي غموض فإن الأداة تعتبر ملائمة.

5–**القابلية للاستخدام -:**

ومن الأمور التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند تحديد قابليةال أداء للاستخدام هي الأمور الإدارية أو الأمور المالية والأمور الفنية، ومن الأمور الإدارية الحصول على إذن مسبق من الجهات المختصة لتطبيق الأداة، ومن الأمور المالية أن تكون تكلفة الأداة المالية متوفرة وكافية لإجراء الدراسة وتطبيق الأداة.

ومن الأمور الفنية ما يتعلق بالأداة نفسها مثل وجود تعليمات واضحة وكافية لتسهيل عملية تطبيق الأداة وتنظيم الأداة بشكل منطقي واضح لا لبس فيه.

الفصل الرابع

طرق البحث وأساليبه

– طرق البحث وأساليبه:

يتبع الباحثون سلوكاً مختلفاً من أجل الوصول إلى حل مشكلة أو تفسير ظاهرة أو التوصل إلى حقيقة، ولكن أيا كان هذا السلوك، فإنه يتناسب مع طبيعة المشكلة البحثية وظروفها، وهذا ما يسمى بالطريقة البحثية.

ومن أبرز الطرق البحثية في العلوم الاجتماعية والإنسانية والعلوم التطبيقية ما يلي:

الطرق الوصفية والتجريبية والتاريخية والأنثروبولوجية وطرق البحث المقارن.

ويستخدم الباحث في هذه الطرق أساليب بحثية متعددة منها الأسلوب المسحي وأسلوب تحليل المضمون وأسلوب دراسة الحالة وأسلوب التقرير الذاتي.

وهناك عوامل تؤثر على اختيار طريقة البحث المناسبة وهذه العوامل هي : طبيعة المشكلة البحثية والأداة البحثية المراد استخدامها ونوع العينة المراد تطبيق البحث عليها وحجمها.

وتصنف البحوث وفق أسس ومعايير متعددة ولكن في الغالب هناك طريقتان لتصنيف البحوث، الأولى وفق طريقة تنفيذها والثانية وفق غاية البحث.

فبحسب طريقة التنفيذ هناك ما يلي من البحوث-:

1-البحث الاستطلاعي:

ينطلق هذا البحث من دراسة الواقع ودون الاعتماد على فروض مسبقة، حيث يتطلب من الباحث ملاحظة الظاهرة موضوع البحث وفحص البيانات المتوافرة وتحليلها.

2-البحث الوصفي-:

يقوم الباحث بوصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع أوصاف وبيانات دقيقة عنها، ويعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً دون تحيز من الباحث.

3-البحث التاريخي-:

ويهتم الباحث في هذا النوع بدراسة الماضي ويتعرف العلاقات السببية بين حوادث الماضي، كما يتطلب من الباحث إجراء مراجعة شاملة للبيانات المتجمعة حول المشكلة وإجراء المقارنة بينها وتفسيرها واستخلاص النتائج منها.

4-البحث التجريبي-:

يعالج الباحث في هذا البحث متغيراً مستقلاً واحداً على الأقل ويخضعه للتجربة أي يحدث تغييراً متعمداً مع ضبط المتغيرات المتعلقة الأخرى، ويلاحظ النتيجة على واحد أو أكثر من المتغيرات التابعة

.

5-بحث تحليل المضمون-:

يقوم الباحث بالملاحظة بشكل غير مباشر وذلك من خلال تحليل المعاني الواضحة للوثائق والمصادر المتعلقة بموضوع البحث، ويكثر استخدام هذا النوع من البحوث في الدراسات الأدبية.

6-البحث الاستنباطي-:

يقوم فيه الباحث ببذل جهد عقلي وفكري لدراسة النصوص بهدف استخراج مبادئ مدعمة بالأدلة الواضحة بحيث لا تتعارض النتائج بعضها مع بعض أو

مع أي من مقدماتها، ويكثر استخدام هذا النوع من البحوث في الدراسات النظرية كالرياضيات.

ويمكن تصنيف البحوث بحسب الغاية منها إلى ما يلي-:

1-البحث الوصفي الذي يهدف فيه الباحث إلى وصف الظاهرة أو الواقع المراد دراسته دون تحليل أو تحيز لهذا الوصف.

2-البحث التطبيقي ويهدف الباحث فيه إلى حل مشكلة آنية تواجه المجتمع وذلك من خلال جمع بيانات واقعية.

3-البحث الأساسي أو بحث المفهوم ويهدف الباحث فيه إلى التوصل إلى بناء مفهوم أو نظرية، ويقوم البحث على أسس فلسفية.

4-البحث الميداني ويهدف الباحث دراسة ظاهرة أو موضوع ما دراسة ميدانية واقعية.

5-البحث التقويمي ويهدف فيه الباحث جمع بيانات متعلقة بموضوع البحث وتحليلها وذلك للاستفادة منها في اتخاذ قرارات تتعلق بالموضوع من أجل التحسين والتطوير.

7-البحث الإجرائي ويهدف إلى حل مشكلة قائمة في مجال عمل الباحث وذلك باستخدام أساليب علمية.

<u>- طرق البحث-:</u>

للبحث العلمي عدة طرق منها ما يلي-:

أولاً :طريقة البحث التجريبي-:

يستخدم الباحث في هذه الطريقة التجربة، وهي إحداث تغير ما في الواقع " المتغير التجريبي " وملاحظة نتائج وآثار هذا التغير، كما يلزمه ضبط إجراءات التجربة للتأكد من عدم وجود عوامل أخرى غير المتغير التجريبي قد أثرت على هذا الواقع.

ففي هذه الطريقة يعالج الباحث متغيراً مستقلاً واحداً على الأقل ويضبط المتغيرات المتعلقة الأخرى ثم يلاحظ النتيجة على واحد أو أكثر من المتغيرات التابعة .ولهذا يمكن تعريف البحث التجريبي بأنه:

تغير متعمد ومضبوط للشروط المحددة للواقع أو للظاهرة موضوع الدراسة وملاحظة ما ينتج عن هذا التغير من آثار في هذا الواقع أو الظاهرة. مع محاولة لضبط كل المتغيرات التي تؤثر على الظاهرة أو الواقع ما عدا المتغير التجريبي المراد دراسة أثره وذلك لقياس هذا الأثر على متغير تابع آخر .وتتخذ المتغيرات أحد الأشكال التالية:

أ -المتغيرات المستقلة:

يعرف المتغير المستقل بأنه المتغير الذي نريد قياس مدى تأثيره على الموقف، أي الذي يبحث أثره في متغير آخر .وللباحث القدرة على التحكم فيه للكشف عن اختلاف هذا الأثر باختلاف قيمته أو فئاته أو مستوياته، ويسمى بالمتغير التجريبي .فمثلاً إذا قلنا:

ما أثر استخدام الانترنت على معدل استخدام وسائل الاعلام التقليدية.

فإن استخدام الإنترنت يعتبر متغيراً مستقلاً.

ب -المتغيرات التابعة:

المتغير التابع هو المتغير الذي ينتج عن تأثير المتغير المستقل أو هو الأثر الذي يترتب على المتغير المستقل، ولذلك فإن الباحث لا يتدخل في هذا المتغير ولكنه يلاحظ أو يقيس الأثر الذي يحدثه المتغير المستقل، وهو في المثال السابق معدل استخدام وسائل الاعلام التقليدية.

د -المتغيرات الضابطة:

المتغير الضابط هو ذلك المتغير الذي يحاول الباحث إلغاء أثره على التجربة لأنه تحت سيطرته ولأن ضبطه سيقلل من مصادر الأخطاء في التجربة، ويتم هذا الضبط وتحييد الأثر بأكثر من طريقة مثل العشوائية والعزل والحذف فمثلاً إذا كان الغرض من دراسة الكشف عن أثر طريقة الكتشاف في تدريس الرياضيات لطلبة صف ما على تحصيلهم الدراسي، فإن الباحث يجب أن يعزل أو يحيد العوامل التي قد تؤثر على التحصيل مثل المعلم، المادة الدراسية، تباين الطلبة في مستواهم ولذلك يختار الطلبة بصورة عشوائية وبعد التأكد من تجانس الطلبة في المجموعتين التجريبية والضابطة وتوحيد العوامل التي قد تؤثر على التحصيل أو عزلها وتحييد أثرها.

هـ -المتغيرات المتداخلة:

والمتغير الدخيل هو نوع من المتغيرات المستقلة التي تتدخل في النتيجة ولا يستطيع الباحث أن يوقف أثره، ولا يدخل في تصميم الدراسة ولا يخضع لسيطرة

الباحث، ولكنه يؤثر في نتائج الدراسة أو في المتغير التابع تأثيراً غير مرغوب فيه، ولا يستطيع الباحث ملاحظة المتغير الدخيل أو قياسه.

ويمر البحث التجريبي بنفس الخطوات العامة لأي بحث من حيث تحديد المشكلة وصوغ الفروض ووضع تصميم يتضمن خطوات إجراء البحث ثم إجراء البحث ثم إجراء التجربة وتلخيص البيانات وتحليلها واختبار صحة الفروض.

ولذلك يقوم البحث التجريبي على خطة واضحة يحدد فيها المتغير المستقل والتابع ويضبط الباحث بقية المتغيرات التي قد تؤثر على المتغير التابع ما عدا المستقل ولهذا تعتبر عملية ضبط العوامل الأخرى (غير المستقل والتابع) من أكثر الصعوبات التي تواجه البحث التجريبي.وحيث إن البحث التجريبي يسعى لإثبات الفروض عن طريق التجريب، فإن إثبات الفروض يتطلب تصميماً للتجربة أو تخطيطاً دقيقاً لعملية إثبات الفروض.

وهذا ما يسمى التصميم التجريبي، ويتخذ التصميم التجريبي أشكالاً متعددة منها:

أ -تصميم تجريبي باستخدام مجموعة واحدة-:

وفيه يستخدم الباحث مجموعة واحدة فقط، يعرضها لاختبار قبلي للتعرف على حالتها قبل إدخال المتغير التجريبي، ثم يعرضها للمتغير التجريبي، وبعد ذلك يقوم الباحث بإجراء اختبار بعدي، ويكون الفرق في نتائج المجموعة في الاختبارين البعدي والقبلي ناتجاً عن تأثرها بالمتغير التجريبي.

ب -تصميم تجريبي باستخدام مجموعتين متكافئتين-:

إن استخدام مجموعة واحدة في التجربة وإدخال العامل التجريبي عليها، وقياس الفرق في النتائج قبل وبعد إدخال العامل التجريبي يمكن أن يشير إلى التغير في هذه المجموعة، ولكن قد يرجع هذا التغير إلى عوامل أخرى وليس

فقط إلى العامل التجريبي مثل نضج المجموعة وزيادة خبرتها مع الوقت والتدريب، ولذلك لجأ الباحثون إلى تصميم آخر لتلافي عيوب المجموعة الواحدة، وذلك باستخدام أكثر من مجموعة، حيث يدخل الباحث العامل التجريبي على إحداها ويترك المجموعة الأخرى في ظروفها العادية وبذلك يكون الفرق ناتجاً عن تأثر المجموعة التجريبية بالعامل التجريبي، ولكن يشترط أن تكون المجموعاتمتكافئة تماماً في جميع ظروفها.

وبهذا التصميم يتلافى الباحث عيوب المجموعة الواحدة ولكنه يواجه صعوبة في إيجاد المجموعات المتكافئة وما يتطلبه ذلك من أساليب إحصائية لابد من إجرائها.

ثالثاً :الطريقة التاريخية-:

يهتم الباحث في هذه الطريقة بدراسة الظواهر والأحداث والمواقف التي مضى عليها زمن قصير أو طويل، أي دراسة الماضي وأحداثه، ويقوم بجمع منظم وبتقويم موضوعي للبيانات المرتبطة بهذه الأحداث، مما يمكنه من تفسير الأحداث الراهنة والمشاركة في صنع أحداث المستقبل، فهذه الطريقة تتعلق بدراسة الماضي من أجل الإفادة منها في فهم الحاضروالتنبؤ للمستقبل.

والبحث التاريخي بحث علمي حيث يمر بالمراحل التالية:

-اختيار مشكلة البحث.

-جمع المادة العلمية المتعلقة بهذه المشكلة من كافة المصادر الممكنة.

-القراءة الناقدة للمادة التي تم جمعها.

-صياغة الفروض التي تفسر جوانب المشكلة قيد البحث.

-تفسير النواتج التي تم التوصل إليها من خلال المادة التي جمعت.
-كتابة التقرير.

ويعتمد الباحث في هذه الطريقة في جمع البيانات والمعلومات على الملاحظة غير المباشرة لأنه يعتمد على مصادر غير مباشرة مثل الآثار والسجلات والوثائق والمخطوطات والأشخاص الذين عاشوا الحدث ويتذكرون وقائعه.

ولهذا يعتمد الباحث في هذه الطريقة على مصادر معرفية لجمع المادة العلمية حول مشكلة بحثه حيث تنقسم هذه المصادر إلى-:

أ -مصادر أولية وتشمل الأقوال والمعلومات التي يحصل عليها جامع البيانات من شهود العيان الموثوق بهم، كما تشمل الآثار الباقية لتلك الحوادث التاريخية، والوثائق والمخطوطات.

ب -مصادر ثانوية وتشمل ما كتب من معلومات وبيانات حول تلك المشكلة البحثية وحوادثها في أوقات سابقة في الكتب والصحف والدوريات والسجلات ومذكرات ومفكرات بعض المهتمين بهذه الأحداث.

ولكن لابد أن يؤخذ في الحسبان ما قد يحدث من تغير عند انتقال المعلومات من شخص إلى آخر فقد يحدث أحياناً حذف أو إضافة أو تشويش أو تغيير مقصود بغرض التزييف، كما ينبغي توجيه الاهتمام إلى أنه بسبب صعوبة الحصول على المصادر الأولية، فإن كثيراً منالباحثين يعتمدون على المصادر الثانوية ولذلك ينبغي التحقق تماماً من صدق ما تتضمنه من حقائق والثقة بمصدرها.

وهكذا فالمصادر التاريخية سواء كانت مصادر أولية مباشرة كالوثائق الأصلية أو كالأشخاص الذين شهدوا الأحداث أو كانت مصادر ثانوية كالكتب

والصحف والمجلات التي كتبت عن هذه الأحداث، قد تتعرض لأخطاء مقصودة أو تحريفات هادفة، فالوثائق قد تكتب بتأثير من السلطة أو حسب وجهة نظر فئة ما، والأشخاص قد يقدمون بيانات من خلال وجهات نظرهم في الأحداث، فهذه المصادر الأولية والثانوية قد تتعرض لأخطاء مقصودة أو غير مقصودة، وهذه الأمور كلها تجعل مهمة الباحث التاريخي في نقد الوثائق وتمحيصها مهمة بالغة الدقة.

وبالرغم من أهمية البحوث التاريخية إلا أن هناك بعض الملاحظات لابد من ذكرها وهي-:

1-لا يمكن الحصول على معرفة كاملة للماضي وذلك بسبب مصادر المعرفة التاريخية وتعرضها للتلف أو التزوير، فالمعرفة التاريخية معرفة جزئية.

2-يواجه الباحث التاريخي صعوبة في تطبيق المنهج العلمي في البحث وذلك بسبب طبيعة الظاهرة ومصادرها وصعوبة إخضاعها للتجريب.

3-يصعب إثبات الفروض وتحقيقها تجريبياً، والفروض توضع بعد جمع البيانات وفي ضوئها، وبذلك لا تبنى على أساس متين لعدم دقة هذه البيانات أو قلة موثوقيتها.

4-يحتاج البحث التاريخي إلى وقت كبير وجهد وتكلفة عالية كي يتمكن الباحث من جمع كافة المصادر اللازمة لإتمام البحث، وقد يحدث ثغرات وفجوات في التنفيذ وعند جمع البيانات من هذه المصادر مما يعرض النتائج إلى التقليل من درجة دقتها وموثوقيتها.

وبالرغم من هذه الملاحظات فإن ذلك لا يمنع من الثقة بالبحوث التاريخية لأنها ستبقى الأسلوب الوحيد الذي يدرس ظواهر التطور الإنساني والطبيعي في مختلف مجالات الحياة.

رابعاً :طريقة البحث المقارن-:

يتركز اهتمام الباحث في هذه الطريقة على كيفية حدوث ظاهرة معينة وسبب حدوثها وتتضمن هذه الطريقة أساساً البدء بالنتيجة ثم البحث عن العلل أو الأسباب المحتملة لها، وقد يبدأ الباحث بالعلة ويدرس نتيجتها في ما يترتب عليها.

والفارق الأساسي بين البحث المقارن والبحث التجريبي هو معالجة المتغير المستقل لكنه فيالبحث المقارن يكون المتغير المستقل محدداً قبل إجراء البحث، وعلى هذا يقوم الباحث في الطريقة التجريبية بتصنيف عشوائي للمجموعات ويعالج في إحداها المتغير المستقل ويضبط العوامل الأخرى، أما في البحث المقارن فتكون المجموعات محددة سلفاً ومتباينة على المتغير المستقل، فالمجموعات في البحث المقارن تكون مختلفة قبل إجراء البحث، وهذا الاختلاف بين المجموعات (على المتغير المستقل) ليس من صنع الباحث.

كذلك تكون المتغيرات المستقلة في البحوث المقارنة من النوع الذي لا يمكن التدخل في إحداثه مثل الحالة الاجتماعية أو الاقتصادية أو السلوكية.

ولإجراء دراسة معينة بطريقة البحث المقارن، فإن الباحث يختار مجموعتين تختلفان في المتغير المستقل وتتم المقارنة بينهما في المتغير التابع.

ويكون الاختلاف بين مجموعتين في أن إحداهما تمتلك صفة تفتقدها المجموعة الثانية، وقد تختلف المجموعتان في درجة الخاصة، فإحداهما تمتلكها بقدر أكبر من الأخرى، والاعتبار المهم هو اختيار عينات ممثلة حسب تباينها والتباين يكون فقط في المتغير المستقل، أما باقي المتغيرات فينبغي أن تكون متشابهة.

والدراسات التي تتبع الطريقة المقارنة تنقصها العشوائية في اختيار العينة ومعالجة المتغير المستقل، ولذلك يتوجب على الباحث في هذه الطريقة أن يكون عل إطلاع واسع بالعوامل المتصلة بالظاهرة التي يقوم بدراستها، لأنه إذا أغفل بعض هذه العوامل فإنه قد يتوصل إلى نتائج غير دقيقة.

ومن الصعوبات أيضاً التي تواجه الباحث في هذه الطريقة صعوبة تحديد العامل الحاسم الذي يؤثر في الظاهرة موضوع الدراسة، وفي بعض الظواهر قد يكون سبب حدوث الظاهرة سبباً واحداً فقط ولكن هذا السبب قد يختلف من شخص لآخر ومن هنا يصبح الأمر صعباً على الباحث لتحديد سبب الظاهرة، كذلك تصنيف أفراد المجموعتين اللتين يراد المقارنة بينهما ليس بالأمر السهل وذلك بسبب صعوبات تنشأ من تداخل الصفات بين أفراد الدراسة وخاصة في الدراسات الإنسانية والسلوكية.

<u>أساليب البحث-:</u>

هناك عدة أساليب للبحث العلمي، ومن أبرز هذه الأساليب ما يلي-:

1-**<u>الأسلوب المسحي-:</u>**

يطبق هذا الأسلوب على نطاق واسع بهدف وصف الوضع القائم أو بهدف مقارنة هذا الوضع بمعايير معينة.

ويعتمد هذا الأسلوب على جمع بيانات عن ظاهرة ما من عينة كبيرة جداً وبحيث تكون هذه الظاهرة محددة جداً، والمسح يتم في ظروف طبيعية حيث يتم دراسة الأشياء والحوادث والظواهر كما هي في الطبيعة، بينما تتم الدراسة التجريبية في ظروف اصطناعية.

ويختلف المسح عن دراسة الحالة في المستوى والمجال، فدراسة الحالة أكثر عمقاً وتتم في مجال ضيق محدود بينما يتصف أسلوب المسح بأنه أكثر شمولية في مجاله وأوسع نطاقاً وأقل عمقاً من دراسة الحالة.

ومن الأدوات التي تستخدم في هذا الأسلوب لجمع البيانات :الاستبيان والمقابلة والملاحظة.

ومن سلبيات هذا الأسلوب ارتفاع تكلفة تنفيذه والحاجة إلى تعاون عدد غير قليل من الجهات الرسمية وغير الرسمية والزمن الطويل لإجرائها.

2-أسلوب دراسة الحالة-:

يعنى هذا الأسلوب في البحث بدراسة حالة فرد ما أو جماعة ما أو مؤسسة ما عن طريق جمع بيانات ومعلومات كثيرة عن الوضع الحالي للحالة، والأوضاع السابقة لها.

ومن الواضح أن جمع المعلومات لا يعني دراسة الحالة، فالمعلومات هي المادة التي يجمعها الباحث ليكون قادراً على استخدامها للوصول إلى النتائج، فالمعلومات تحتاج إلى تفسير وتحليل قبل الوصول للنتائج، كما أن من المهم أن تكون المعلومات شاملة للحالة المراد دراستها.

والفرق الجوهري بين أسلوب دراسة الحالة والأساليب المسحية يبرز من خلال اعتماد الأسلوب المسحي على جمع بيانات تعلق بعوامل قليلة من عدد كبير من الأفراد، بينما يعتمد أسلوب دراسة الحالة على دراسة شاملة لعدد محدود من الأفراد. ولذا يعتبر أسلوب دراسة الحالة مكملاً للأسلوب المسحي.

ويؤخذ على هذا الأسلوب أنه لا يمكن للباحث من تعميم نتائجه على حالات أخرى، كما يؤخذ عليه أن المعلومات التي يقدمها المفحوص (موضوع الحالة) عن نفسه وخبراته الماضية والحالية قد لا تكون دقيقة، حيث لا يكشف

المفحوص عنها عمداً أو عن طريق النسيان، وبذلك قد تضيع بعض التفاصيل المهمة.

3-أسلوب تحليل المضمون-:

يستخدم هذا الأسلوب البحثي لتحليل مضمون نص مكتوب أو مسموع من أجل التحليل الموضوعي المنظم لهذا النص، وقد تكون المادة البحثية التي يعتمد عليها هذا الأسلوب مادة مكتوبة كالكتب والجرائد والقصائد الشعرية والنصوص وما شابه ذلك من مصادر المعلومات.

ويهدف هذا الأسلوب إلى التوصل إلى إجابات عن أسئلة محددة من خلال تحليل مضمون النص المتوفر من أجل الاستفادة من نتائج هذا التحليل في وضع الخطط اللازمة.

ويؤدي هذا الأسلوب إلى وصف مضمون النص وتصنيف محتوياته أو دراسة العلاقات والتفاعلات بين أجزاء النص والأفكار التي يطرحها.

ولكن هناك بعض الصعوبات قد تواجه الباحث في هذا الأسلوب ومنها:

أ -قد لا تكون الوثائق المراد تحليلها واقعية أو أنها تمثل صورة مثالية لا صورة واقعية، وإذا اعتمد الباحث على تحليل هذه الوثائق فإنه قد يصل إلى نتيجة خطأ.

ب -قد لا يستطيع الباحث الإطلاع على بعض الوثائق المهمة والتي تتسم بطابع السرية.

ج -قد تكون بعض الوثائق محرفة أو مزورة وأن تحليل محتواها سيقود إلى نتائج خطأ.

الفصل الخامس

مجتمع الدراسة وعينتها

- عينة الدراسة:

يبدأ الباحث بالتفكير في اختيار العينة المناسبة لبحثه منذ أن يبدأ في تحديد مشكلة بحثه لأن طبيعة البحث ومنهجه والأداة المستخدمة في جمع البيانات جميعها يؤثر وتتأثر بالعينة المختارة.

ولكن قبل أن يحدد الباحث عينة دراسته فإنه لابد أن يحدد جمهور بحثه أو مجتمع بحثه حسب الظاهرة أو المشكلة قيد البحث، فما المقصود بمجتمع البحث وعينته؟

أما عينة البحث فهي مجموعة جزئية من المجتمع يتم اختيارها منه بحيث تمثل هذا المجتمع وتحقق أغراض البحث.

وهكذا يتعذر على الباحث دراسة جميع عناصر المجتمع فيلجأ إلى اختيار عينة بدلاً من دراسة المجتمع كله وذلك يعود للأسباب التالية-:

1-قد يكون المجتمع كبيراً جداً لدرجة أنه يصعب دراسة الظاهرة على جميع أفراد هذا المجتمع.

2-إن دراسة المجتمع كله يتطلب وقتاً طويلاً وجهداً كبيراً وتكلفة مالية عالية.

3-قد يصعب الوصول إلى كافة عناصر المجتمع وخاصة إذا كان المجتمع كبيراً وواسع الانتشار.

4-قد تكون دراسة جميع الأفراد غير مجدية بسبب تدمير عناصر المجتمع أثناء الدراسة أو قد يحدث تغيير عليهم خلال فترة تنفيذ البحث.

5-قد نحتاج أحياناً إلى اتخاذ قرار سريع بخصوص ظاهرة معينة، مما يتعذر على الباحث أو صانع القرار دراسة كافة عناصر المجتمع.

وهكذا يتبين أنه لا حاجة لدراسة المجتمع الأصلي كله، لأن العينة التي يختارها الباحث تمثل المجتمع وتحقق أهداف البحث أو الدراسة.

ولكن قد يقع الباحث في بعض الأخطاء عند اختيار عينة بحثه من المجتمع الأصلي، ومن هذه الأخطاء الشائعة ما يلي-:

1-اختيار عناصر من مجتمع الدراسة بسبب توفر هذه العناصر للباحث،
2-قد يكون في العينة المختارة عناصر لا تنتمي للهدف المنشود.
3-قد يقع الباحث تحت تأثير معين يجعله منحازاً لفكرة ما، فيختار عينات تحقق هذا التأثير، وهذا ما يحدث كثيراً عندما يختار الباحث عينة دراسته ويقسمها إلى مجموعتين تجريبية وضابطة بحيث لا تكونان متكافئتين قبل إجراء التجربة مما يؤدي إلى نتائج لا يمكن الاعتماد عليها.

ومن ذلك كله يلاحظ مدى اختيار عينة البحث، وحتى تكون النتائج على جانب من الثقة وقابلة للتعميم على المجتمع، فإنه يجب اختيار عينة البحث بشكل مناسب وبحيث تمثل المجتمع الأصلي.

– خطوات اختيار عينة البحث-:

تمر عملية اختيار العينة بالخطوات التالية-:
1-تحديد المجتمع الأصلي للدراسة :حيث يقوم الباحث في هذه الخطوة بتحديد المجتمع الأصلي لدراسته تحديداً واضحاً ودقيقاً.
2-تحديد أفراد المجتمع الأصلي للدراسة :أي إعداد قائمة بأفراد هذا المجتمع بعد تحديده بدقة، وقد يحتاج إلى سجلات حديثة وشاملة للمجتمع.
3-اختيار عينة ممثلة : حيث يقوم الباحث باختيار عينة ممثلة من هذه القائمة وبأي عدد في حالة كون أفراد المجتمع متجانسين، أو اختيار عينة بالعدد المناسب في حالة كون أفراد المجتمع متباينين، ووفق شروط معينة بحيث تمثل المجتمع الأصلي.

- أنواع العينات-:

تصنف العينات إلى صنفين رئيسيين وهما:

- العينات الاحتمالية أو العشوائية.
- والعينات غير الاحتمالية أو غير العشوائية.

وذلك وفق الأسلوب الذي يتبع عند اختيار العينة ففي حالة كون أفراد المجتمع الأصلي معروفين ومحددين فإنه يمكن اختيار عينة وفق الأسلوب العشوائي، أما في حالة كون أفراد المجتمع الأصلي غير معروفين بشكل دقيق فإنه يمكن اختيار عينة وفق الأسلوب غير العشوائي ولا يخضع اختيارها لقوانين احتمالية .

وهناك عدة أشكال للعينات العشوائية منها ما يلي-:

أ -العينة العشوائية البسيطة.

ب -العينة المنتظمة.

ج -العينة الطبقية.

د -العينة العنقودية .

وفيما يلي أمثلة على كل نوع منها-:

أ -العينة العشوائية البسيطة-:

يقوم الباحث باختيار العينة العشوائية البسيطة في حالة توفر شرطين أساسيين هما:

أن يكون جميع أفراد المجتمع الأصلي معروفين، وأن يكون هناك تجانس بين هؤلاء الأفراد.

ويتم الاختيار بترقيم أفراد المجتمع الأصلي ووضع الأرقام في صندوق خاص حيث يتم سحب الأرقام بالعدد المناسب للعينة، أما إذا كان عدد أفراد المجتمع كبيراً جداً فإن هناك وسيلة إحصائية تتمثل في جداول الأعداد العشوائية الواردة في ملاحق كتب الإحصاء، حيث يختار الباحث منها سلسلة من الأرقام العمودية أو الأفقية ثم يختار من المجتمع الأصلي الأفراد الذين لهم نفس الأرقام التي اخترناها من جدول الأرقام العشوائية.

ومن الواضح أن العينة المختارة في إطار هذا الأسلوب تكون عينة ممثلة غير منحازة وفيها جميع خصائص الجمهور الأصلي.

ب -العينة المنتظمة-:

وهي شكل آخر من أشكال العينة العشوائية يتم اختيارها في حالة تجانس المجتمع الأصلي ولكن وفق ترتيب أو نظام معين، كأن نأخذ العينة من أصحاب الأرقام من مضاعفات عدد معين يحدده الباحث.

وتسمى منتظمة لاختيار مسافة ثابتة وبانتظام بين كل رقم والرقم الذي يليه. ويمكن أخذ هذه العينة المنتظمة من المجتمع في حالة وجود قوائم بأفراد المجتمع أو في حالة عدم توفر قوائم بذلك.

ومن الواضح أن العينة المنتظمة تتميز على العينة العشوائية البسيطة في أن اختيارها يحدث بشكل أسرع لأنه لا يتطلب توفر جدول الأعداد العشوائية وأنها أفضل تمثيلاً للمجتمع الأصلي من العينة العشوائية البسيطة.

ج -العينة الطبقية-:

قد يضم المجتمع الأصلي افراداً متجانسين ولكن الباحث يريد دراسة ظاهرة تتأثر بمتغير آخر مثل الجنس أو العمر أو غير ذلك، ولذا فالمجتمع يضم في

هذه الحالة طبقات أو فئات متعددة ومتباينة، ولكي يختار الباحث عينة طبقية ويتم اختيار العينة الطبقية بالخطوات التالية-:

1-يحدد عدد أفراد المجتمع الأصلي.
2-يحدد حجم العينة المراد اختيارها لتمثل المجتمع.
3-يحدد المتغيرات أو المجموعات الفرعية أو الطبقات التي نريد ضمان تمثيلها.
4-يحدد عدد أفراد كل طبقة في العينة بنسبة وجود كل طبقة في المجتمع الأصلي.
5-يتم على أساس عشوائي اختيار أفراد كل طبقة في العينة.

وتتميز العينة الطبقية بأن النتائج التي يتوصل إليها من هذا الأسلوب أكثر دقة لأن العينة غالباً ما تكون أكثر تمثيلاً للمجتمع، كما أن هذه العينة الطبقية يفضل استعمالها عندما يكون هدف الدراسة المقارنة بين مجموعات جزئية من المجتمع.

د -العينة العنقودية-:

يختار الباحث العينة العنقودية من المجتمع الأصلي معتمداً على الاختيار العشوائي للمجموعات وليس الأفراد حيث تكون لجميع الأفراد في هذه المجموعات خصائص مشابهة، ويعتبر الاختيار بهذا الشكل أكثر ملاءمة عندما يكون جمهور البحث كبير جداً أو منتشراً في مساحة جغرافية شاسعة.

- <u>أنواع العينات غير الاحتمالية:</u>

أما العينات غير العشوائية (غير الاحتمالية) فلها عدة أشكال منها-:

أ -العينة الحصصية-:

يقوم الباحث باختيار عينة حصصية بعد تقسيم المجتمع إلى فئات حيث يختار عدداً من أفراد كل فئة يتناسب مع حجم هذه الفئة، وهذه العينة تشبه إلى حد كبير العينة العشوائية الطبقية من حيث تقسيم المجتمع إلى فئات أو طبقات واختيار أعداد تتناسب مع كل طبقة، ولكن الفارق بينهما هو أسلوب الاختيار، ففي العينة الطبقية يتم الاختيار بالأسلوب العشوائي أما في العينة الحصصية فيتم الاختيار دون التزام الباحث بأي شروط، فيتم الاختيار فيها باستعمال أسلوب الصدفة أو القصد، وبذلك لا تكون هذه العينة ممثلة لمجتمعهاتمثيلاً دقيقاً .ويكثر استخدام هذه العينة في دراسات الرأي العام والدراسات الاجتماعية.

ب -عينة الصدفة-:

يختار الباحث عدداً من الأفراد الذين يقابلهم صدفة دون تخطيط، كأن يختار كل من يمر في منطقة معينة أو خلال ساعة معينة، ويؤخذ على هذه العينة أنها لا يمكن أن تمثل المجتمع الأصلي بدقة، ومن هنا يصعب تعميم أنه كلما زاد حجم العينة زادي دقة النتائج. كذلك قد يواجه الباحث في هذه العينة مشكلة عدم استجابة بعض الأفراد الذين يختارهم في العينة وذلك إلى حساسية بعض أسئلة الأداة المستخدمة في جمع البيانات أو بسبب فقدان الاهتمام بموضوع الدراسة.

ج -العينة الغرضية (العمدية)-:

يقوم الباحث باختيار هذه العينة على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها، أي أنه يختار العينة اختياراً حراً وفق حاجته وبحسب اعتقاده ورأيه الشخصي أن هذه العينة تمثل المجتمع وتحقق غرض دراسته. ولذا فإن هذا الأسلوب قد يقود للحصول على نتائج منحازة لرأي الباحث.

– تحديد حجم العينة-:

قد يتساءل الباحث " : ما الحجم المناسب للعينة؟ " والإجابة ليست يسيرة، بل تعتمد على نوع الدراسة وفروقها ومتغيراتها والإمكانات المتاحة، ولكن في جميع الأحوال ينبغي أن تكون العينة ممثلة للجمهور تمثيلاً مناسباً حتى يمكن الاعتماد عليها في تعميم النتائج.

وهناك بعض الأمور يتوجب على الباحث ملاحظتها عند تحديد حجم العينة وهذه الأمور هي-:

1-قد يظن البعض أنه كلما كان حجم العينة أكبر كلما كان البحث أفضل حتى أنهم يعتبرون دراسة المجتمع كله نوعاً من القوة، وهذا اعتقاد خطأ، كما يظن البعض منهم أنه كلما زاد حجم المجتمع يجب أن يزداد حجم العينة وهذا أيضاً خطأ شائع، وذلك لأن المجتمع المتجانس في صفاته يكفي اختيار عينة صغيرة نسبياً لتمثيله، وما دام بالإمكان الحصول على نفس النتائج فلماذا نستخدم عينة أكبر.

2-إن العامل الحاسم في تقرير حجم العينة هو تباين أفراد المجتمع، فكلما كبر التباين بين أفراد المجتمع استوجب الأمر اختيار عينة كبيرة نسبياً.

3-في حالة العينة الطبقية لابد من مراعاة نسبة وجود كل طبقة في المجتمع الأصلي.

4-تعتمد بعض الدراسات على تكلفة محددة أو زمن محدد، ولهذا يؤخذ ذلك بعين الاعتبار عند اختيار حجم العينة المطلوبة كي يتسنى إكمال الدراسة في الزمن المحدد وضمن التكلفة المطلوبة.

5- يتوقف حجم العينة على نوع الدراسة وربما يكون أقل عدد مقبول في الدراسات الوصفية هو 10 % إذا كان المجتمع كبيراً ، وفي بعض الحالات لا يفضل استخدام عينات كبيرة، ويفضل استخدام عينات صغيرة وذلك في البحوث التي تتطلب مقابلات فردية أو دراسات الحالة.

الفصل السادس

خطوات إعداد البحث العلمي

سبق أن تعرفنا إلى أن إعداد البحث العلمي يمر بمراحل، وهذه المراحل تؤلف خطوات مترابطة منظمة في ترتيب منطقي لا يسمح بتقديم أو تأخير خطوة على أخرى، كما اتفق أن خطوات إعداد البحث العلمي تنحصر فيما يأتي:

1-اختيار موضوع البحث.
2-إعداد خطة البحث.
3-جمع المصادر والمراجع.
4-جمع المادة العلمية اللازمة للبحث.
5-صياغة وكتابة تقرير البحث.
6-فهرسة المراجع.

وفيما يلي توضيح لهذه الخطوات-:

1-اختيار موضوع البحث-:

وتعد هذه الخطوة من أهم خطوات إعداد البحث لأنها ضرورية للسير في الخطوات الأخرى، وقد تبدو هذه الخطوة صعبة نظراً لأهميتها، ويتم اختيار الموضوع بطريقتين:

الأولى :اختيار الموضوع من قبل الباحث نفسه.

والثانية :اختيار الموضوع من قبل المشرف.

وتعتبر الطريقة الأولى أفضل لأنه صاحب البحث وهو المتخصص في موضوعه والمسيطر على عناصره ولديه الميل والرغبة للكتابة والبحث فيه، ويتم الاختيار استناداً إلى مطالعات الباحث وزيادة خلفيته العلمية عن موضوعه مع وجود ميل ورغبة لتناول هذا الموضوع والبحث فيه .أما الطريقة الثانية فقد يلجأ

إليها بعض الباحثين الذين لا تسعفهم إمكانياتهم الزمنية والعلمية من اختيار موضوع البحث، ومن عيوبها أن الباحث قد لا يكون لديه ميل ورغبة وقد لا يكون لدى الباحث خلفية أكاديمية حوله.

وسواء تم اختيار الموضوع بالطريقة الأولى أو الثانية فإن هناك شروطاً لابد من مراعاتها عند اختيار موضوع البحث ومن أهمها-:

أ -الجدة والأصالة :أي أن يكون الموضوع جديداً لم يسبق أن كتب فيه، أو نوقش من قبل باحثين كثيرين، فكلما كان الموضوع جديداً ولم يكن دراسات كثيرة سابقة حوله كلما أعطى له قيمة وأهمية، كما يجب أن يكون أصيلاً أي نابعاً من ذاتية الباحث غير منقول أو غير مأخوذ من بحوث ودراسات سابقة.

ب -توفر الميل والرغبة -:فنجاح البحث يتوقف على توفر الميل والرغبة لدى الباحث، لأن ذلك يدفعه للقيام بالبحث بشكل فعال.

ج -الدقة والوضوح :أي أن يكون الموضوع واضحاً في معناه دالاً على الهدف المنشود منه، دقيقاً في تناوله للأفكار، متقناً في صياغته والتعبير عنه وبأسلوب سلس واضح وبكلمات محددة.

د -التحديد اللفظي :أي أن يحدد العنوان بشكل مناسب بحيث لا يكون طويلاً مملاً ولا قصيراً مخلاً.فيشترط في الموضوع التحديد للألفاظ والكلمات القليلة التي تفي بالغرض أو بيان المقصود وبحيث لا تزيد عدد كلمات العنوان على 15كلمة.

هـ -المصادر والمراجع :ويعتبر توفرها شرط ضروري لاختيار الموضوع، وعلى الباحث أن يتجنب المواضيع التي لا يتوافر لها مراجع كافية أو يصعب الحصول على ما يلزمه من مراجع لندرتها أو لعدم توافرها.

2-إعداد خطة البحث-:

وهي خطوة لاحقة لخطوة اختيار الموضوع وسابقة لخطوة جمع المادة العلمية، وتعنى الخطة بالتصور المبدئي والبناء الهيكلي للبحث وهي مجموعة من الإجراءات والتدابير المرسومة التي تساعد الباحث في تنفيذ بحثه وتتناول جميع عناصر البحث عدا النتائج وتحليلها وتفسيرها وذلك لأن الباحث عند إعداده الخطة لم يقم بتوظيف أداة بحثه في جمع البيانات اللازمة .وقد تم توضيح عناصر الخطة في الفصل الثاني من هذا الكتاب.

ولكن يجدر الإشارة إلى أن إعداد الخطة مطلب ضروري وأساسي لأي بحث، ويجب مناقشتها من قبل المشرف قبل البدء في تنفيذ البحث وقد تجرى تعديلات عليها أو على أجزاء منها.

3-جمع المصادر والمراجع-:

وتتزامن من هذه الخطوة مع خطوة إعداد خطة البحث، حيث يبدأ الباحث بجمع المصادر والمراجع المتعلقة بالبحث والتي تخدمه، وهذه المصادر متنوعة فيها المراجع والدوريات والنشرات والوثائق والمخطوطات، والتنوع في المصادر الأصلية والثانوية أمر ذو فائدة حقيقية يساعد على تكوين رؤيا واسعة وواضحة لموضوع البحث، مما يساهم في تفسير الباحث وتعليقه وشرحه أثناء صياغة بحثه.

4-جمع المادة العلمية-:

وتعد من أهم خطوات البحث، حيث يتم جمع المادة العلمية بعدة أشكال منها:

أ -القراءة ب -المناقشة والاستبيان ج -التدوين

د -الاقتباس هـ -الملاحظة والتجربة.

فمن خلال القراءة سواء كانت قراءة سريعة أو قراءة تمهيدية أو قراءة تعمقية واعية فإن الباحث يستطيع الوقوف على أبعاد موضوعه وبيان جزئياته وتوضيح أفكاره، وبلورة وجهات النظر حوله .ولا تقتصر القراءة على الكتب والمراجع والأبحاث، بل تشمل جميع المصادر ذات العلاقة بموضوع البحث.

كما يتم جمع المادة من خلال المناقشة مع المتخصصين في مجال البحث والسماع لهم وهذا ما يسمى بالاستبيان الشفهي، كما يمكن استخدام الاستبيان الكتابي، للتعرف على وجهات نظر المفحوصين بخصوص الموضوع قيد الدراسة.

كذلك يتم جمع المادة العلمية بواسطة التدوين، إما بالكتابة أو بالتصوير، والتدوين قد يكون نقلاً حرفياً كاملاً أو مختصراً لبعض جزئيات الموضوع أو بتلخيصه.

وهذه المادة التي تجمع وتدون تكون خلفية علمية يستند عليها وينطلق الباحث منها إلى صياغة بحثه.

ومن الوسائل الأساسية في جمع المادة العلمية الاقتباس، حيث يعتبر أمراً لا غنى عنه لكل باحث، وهو أمر مرغوب فيه ويأخذ عدة أشكال منها-:

– الاقتباس الكتابي من الكتب والمؤلفات والمجلات والدوريات.

– الاقتباس السماعي من المحاضرات والمحادثات والندوات.

– الاقتباس الحرفي وذلك بالنقل الحرفي من المؤلفات ولكن في حدود لا تتجاوز الصفحة الواحدة.

– والاقتباس التلخيصي ويتم نقل المعنى من مؤلفات الغير بعد صياغته بأسلوب الباحث نفسه.

ومهما كان نوع الاقتباس يفضل أن يكون قصيراً لا يتعدى الصفحة الواحدة.

ولابد من الإشارة إلى مصدر الاقتباس، مع وضع علامات الاقتباس وهما الشولتان حيث توضعا قبل الاقتباس وفي نهايته إذا لم يتجاوز الستة أسطر، مع مراعاة الأمانة العلمية والدقة في الاقتباس.

ويمكن أيضاً استخدام الملاحظة والتجربة كوسيلة لجمع المعلومات وخاصة في ميدان العلوم التطبيقية، حيث يساعد هذا الأسلوب في تكوين خلفية علمية ولبنة الإبداع والابتكار لدى الباحث.

5-صياغة وكتابة تقرير البحث-:

وتعد أهم وآخر خطوة من خطوات إعداد البحث، حيث يصوغ الباحث بحثه، ويكتبه بصورته النهائية مبيناً فيه تفسيراته وآراءه وتحليلاته، وفي هذه الصياغة لابد للباحث من مراعاة جمال الأسلوب وسلاسته وسهولته وعدم تعقيده، ووضوح الأفكار والمعاني والترابط والتسلسل بينها، كما لابد من مراعاة الدقة في التعبير والتقليل من الاقتباس وتجنب المبالغة في نقد الآخرين، وكذلك إبراز شخصية الباحث من خلال آرائه وتعليقاته وسرده وتأصيله للمواقف والأفكار.

6-فهرسة المراجع وتوثيقها-:

وتعنى توثيق المراجع التي استند إليها الباحث واستعان بها في إعداد بحثه، سواء نقل منها أو لم ينقل وسواء كانت الاستفادة منها قليلة أو كثيرة.

بعد أن ينتهي الباحث من عملية البحث بما في ذلك جمع البيانات وتحليلها، واستخراج النتائج والتوصل منها إلى استنتاجات حول مشكلة البحث يكون قد جمع المادة الأولية التي تشكل محتوى تقرير البحث.

ويعتبر تقرير البحث هو الصيغة المكتوبة لنتائج الجهود التي بذلها الباحث منذ نشوء الدافعية للبحث إلى أن تتحقق أهداف البحث، ولهذا فإن هذا التقرير هو المرآة التي تعكس الجهد الذي بذله الباحث في إعداد البحث، كما تكشف عن سمات الباحث وأسلوبه وأخلاقه، فهو تعبير من الباحث عما قام به في مراحل مختلفة لإتمام بحثه .ولذا يجب أن ينم هذا التعبير عن صفات الباحث الأخلاقية، ويكشف عن قدراته الأساسية وكفاياته في إعداد البحث بطريقة علمية سليمة.

وكتابة تقرير البحث تتطلب الالتزام بقواعد علمية محددة، لا يجوز الخروج عليها والتي من أهمها التقيد بتوثيق المعلومات ومراجعها ومصادرها، وكذلك استخدام أسلوب الغائب وليس أسلوب المتكلم، كأن يقول :قام الباحث وحدد الباحث وتوصل الباحث ....وكذلك تقسيم التقرير إلى أجزاء متفق عليها مع مراعاة التسلسل والترابط بينها.

وفيما يلي محتويات تقرير البحث وتنظيمه-:

يتكون تقرير البحث من ثلاثة أقسام رئيسة هي-:

1-الأجزاء التمهيدية وتشمل-:

*صفحة الغلاف متضمنة عنوان البحث والمعلومات الأساسية.

*قائمة المحتويات والجداول والأشكال إن وجدت.

*التقدمة والشكر.

*المستخلص أي ملخص الدراسة.

2-متن البحث ويشمل-:

*مقدمة حول موضوع البحث ومبرراته وأهميته.

*تقرير الدراسة مقسم إلى فصول تختلف من بحث لآخر في عددها ومحتوياتها.

3-الأجزاء الختامية وتشمل-:

*قائمة المراجع

*الملاحق

<u>- أهمية توثيق البحوث الإعلامية:</u>

كثيراً ما يقوم دارس الإعلام بإجراء البحوث الإعلامية فى مجال تخصصه، سواء كانت فى شكل تكليفات من أساتذته فى مراحل دراسته المختلفة التى تصل إلى أربع سنوات، أوعندما يقرر الخوض فى إجراءات إعداد رسالتى الماجستير والدكتوراة.

وبالتالى فمعرفة كيفية توثيق المراجع العلمية فى الأبحاث الإعلامية يعد من الأمور المهمة، **وترجع أهميتها إلى الجوانب التالية:**

- أنها تعطى أو تضفى الطابع العلمى على الأبحاث العلمية، ذلك بالتأكيد على أن هذا البحث قد استند فى الآراء المطروحة فيه على أبحاث وكتب علمية فى نفس مجال التخصص.
- تبعد الباحث عن الوقوع فى شبهة السرقة العلمية، وذلك لأن عملية توثيق المراجع تؤكد على أن الباحث قد قام بالفعل باقتباس عدة سطور من كتاب آخر، ولكنه إذا قام بالاقتباس ولم يذكر المصدر فهذا يعد نوع من أنواع السرقات العلمية، وجدير بالذكر أنه فى حالة الاقتباس بنفس أسلوب المصدر الرئيسى فإن الاقتباس يتم وضعه بين شولتان مزدوجتان بهذا

الشكل "........" ، وبالنسبة لموضوع الاقتباس فالأفضل علمياً ألا يزيد عن ستة أسطر فى المرة الواحدة ، وكلما كان الاقتباس صغيراً كلما كان ذلك أفضل، وإذا تجاوز ما تم اقتباسه صفحة فإنه لا يجوز النقل الحرفى من المصدر المقتبس منه، ولكن لابد أن تتم الصياغة بأسلوب الباحث نفسه.

- التأكيد على موضوعية البحث، فالبحث العلمى لا يسير فى الغالب فى اتجاه تأكيد وجهة نظر بعينها وإنما يتم عرض الموضوع من جوانبه المختلفة، فمثلاً إذا احتوى أحد الفصول النظرية فى أحد البحوث فصل حول برامج "التوك شو" فلا يفضل أن تنصب كل الآراء التى يستعين بها الباحث فى اتجاه التأييد لبرامج "التوك شو"، وإنما يجب عرض أيضا نتائج البحوث الإعلامية التى توصلت إلى بعض مساوئ وأوجه النقد الموجهه إليها وذلك فى نوع من العرض الموضوعى للموضوع المقدم فى البحث .
- وأخيراً نجد أن الرجوع إلى المراجع العلمية واسنادها فى البحوث الإعلامية يمكن الباحثين آخرين من الرجوع إلى نفس هذه المصادر فى حالة الرغبة فى زيادة الفهم خاصة إذا تعلقت أبحاثهم بنفس الموضوع.

ثانياً: طرق إثبات المراجع العلمية فى البحوث والكتب الإعلامية

هناك عدة طرق لإثبات المراجع فى البحوث والكتب الإعلامية وهى:

*** الترقيم المستقل:**

وفيها يتم توثيق مراجع كل صفحة بشكل مستقل عن باقى الصفحات، وتوضع بيانات المرجع ورقمه فى الحاشية أسفل الصفحة، وبالتالى تبدأ كل صفحة برقم المرجع ١ ، وتحته ٢، ثم ٣ ...... ، وتبدأ الصفحة التالية بنفس

الطريقة وهكذا باقى الصفحات، وتستخدم هذه الطريقة بشكل شائع فى الرسائل العلمية (الماجستير والدكتوراة).

*** الترقيم المتسلسل الفصلى:**

وفيه يتم وضع كل مراجع الفصل فى نهاية كل فصل، وتستخدم الكثير من الكتب هذا الأسلوب، وبالتالى فكل فصل يبدأ بالرقم واحد وينتهى الترقيم بانتهاء الفصل.

*** الترقيم المتسلسل العام:**

وفيه يوضع ترقيم المراجع بشكل كلى متسلسل فى نهاية الكتاب.

*** أسلوب كتابه لقب الكاتب ورقم الصفحة:**

وهو أسلوب متبع فى بعض الأبحاث الإعلامية، ففى نهاية الفقرة المقتبسة من أحد المراجع لا يكتب رقم ثم يوضع فى الحواشى، ولكنه يتم وضع الأسم الثانى للؤلف الأصلى ثم فاصله واسمة الأول، ثم فاصلة ورقم الصفحة، وفى نهاية البحث ترتب أسماء المراجع ترتيباً هجائياً.

ملحوظة مهمة:

قد تكتب المراجع باسم الكاتب الأول مثل: محمد عبد الحميد، بحوث الإعلام ط١ (القاهرة: دار الكتب ، ٢٠٠٣)، أو يكتب الاسم الثانى فى البداية كالتالى: عبد الحميد، محمد ، بحوث الإعلام ط١ (القاهرة: دار الكتب ، ٢٠٠٣).

ثالثاً: أساليب إثبات المراجع فى الحواشى

تتعدد أساليب إثبات المراجع فى الحواشى ويتمثل الشكل الأكثر شيوعاً فى الأشكال التالية:

١- بالنسبة للكتب العربية المنشورة:

بالنسبة لنماذج توثيق الكتب العربية فإنها تكون على النحو التالى:

- فى حالة الرجوع للكتاب لأول مرة:

- وهناك مؤلف واحد:

*السيد أحمد عمر، **الإعلام المتخصص، دراسة تطبيقية**، ط1 (بنغازى: منشورات جامعة قاريونس، 1997).*

- مؤلفان:

*حسن عماد مكاوى، ليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨).*

- أكثر من مؤلف:

أحمد دسوقى وآخرون، أساسيات الحاسب الآلى وتطبيقاته فى مجال التعليم (الرياض: مكتبة الرشيد، ٢٠٠٦).

*سلوى العامورى وآخرون، **أجيال المستقبل فى مصر، أوضاعهم المتغيرة وتصوراتهم المستقبلية** (القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، ٢٠٠٢) .*

– فى حالة الرجوع للكتاب لأول مرة بدون وجود اسم مؤلف:

*بدون مؤلف، **الشباب في مجتمع متغير**،(القاهرة: دار المعارف، 1992) .*

– ويلاحظ أنه فى حالة الرجوع للكتاب العربى لأول مرة فإن اسم الكتاب يكتب Bold .

– فى حالة الرجوع للكتاب للمرة ثانية:

فى حالة الرجوع للكتاب مرة ثانية أو مرات عديدة فى إطار صفحات أخرى من البحث ولم يكن لنفس المؤلف يكتب التوثيق كالتالى:

إذا كان المرجع الأصل مثلا:

*فرج الكامل، **بحوث الإعلام و الرأى العام تصميمها وأجراؤها وتحليلها** ، ط1 (القاهرة : دار النشر للجامعات ، 2001*) ص ١٢.

فإنه يكتب عند الرجوع إليه فى صفحات تالية كالتالى:

فرج الكامل، مرجع سابق، ص 20

ولكنه إذا تم الرجوع إلى نفس الكتاب مباشرة فإنه يكتب كالتالى فى المرة الثانية:

***نفس المرجع السابق**، ص 17*

وهناك من يكتبه: ***المرجع السابق**. ص 17.*

مع ملاحظة أن عبارة "نفس المرجع السابق" تكتب Bold .

- أما فى حالة الرجوع للكتاب الذى كتبه مؤلفه ولكن يوجد لهذا المؤلف كتاب آخر فى نفس البحث العلمى وعند الرغبة فى الرجوع له مرة أخرى فيكون كالتالى:

فإذا كان الكاتب الأول توثيقه:

*جلال أمين، **العولمة**، ط2 (القاهرة: دار المعارف، 1998) ص 17.*

ونفس المؤلف تم الرجوع له مرة أخرى مثلاً كالتالى:

*جلال أمين، العولمة والهوية الثقافية والمجتمع التكنولوجى الحديث، **مجلة المستقبل العربى**، العدد ٨/٢٣٤، ١٩٩٨. ص ١٥*

وبالتالى فعند الرغبة فى الرجوع إلى المصدر الأول مرة أخرى فإنه يكتب كالتالى:

*جلال أمين، **العولمة**، **مرجع سابق**، ص 12*

وفى هذه الحالة يكون اسم الكتاب وعبارة مرجع سابق Bold ، مع التعريف بأن هناك من الباحثين من يستبدل الكلمة أو العبارة الـ Bold فى الأمثلة السابقة بوضع خط تحتها.

٢- بالنسبة للكتب الأجنبية المنشورة:

تتطبق نفس طريقة اسناد الكتب العربية المنشورة السابق شرحها على مثيلاتها الأجنبية كالتالى :

– توثيق الكتاب أجنبى:

Adam , Kim, ***Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication Adv. Cross Culture adaption*** *(London : Sage Publication, 2001)p 102.*

حيث يكون اسم الكتاب Bold.

– وعند الرجوع إلى نفس الكتاب مرة أخرى فى إطار البحث يكتب كالتالى:

Adam , Kim, **Op.cit**, P12

وبالتالى تقابل كلمة Op.cit عبارة "مرجع سابق" فى اللغة العربية وتكتب Bold أيضاً.

– أما فى حالة لو تم الرجوع إلى نفس المرجع مباشرة فإنه يكتب كالتالى:

Ibid , *p.13*

وهنا تكتب كلمة Ibid بطريقة Bold.

– وعند وجود أكثر من كتاب لنفس المؤلف يذكر اسم الكتاب فى حالة الرجوع إليه أكثر من مرة ويصبح التوثيق بالتطبيق على المثال السابق كالتالى:

Adam , Kim, ***Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication Adv. Cross Culture adaption, Op.cit,*** *p12*

٣- بالنسبة لتوثيق الكتب المترجمة:

تتبع نفس الأساليب السابقة فى توثيق الكتب سواء عربية أو أجنبية مع إضافة اسم المترجم بعد اسم المؤلف واسم الكتاب وذلك على النحو التالى:

*جوناثامان فريدمان، **النسق العالمى: العولمة ومتغيرات الحداثة فى: محدثات العولمة، ترجمة:** عبد الوهاب علوب (القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 2000) ص 12.*

ويلاحظ اتباع كلمة ترجمة بعلامة وقف استدراكى (:)، كما أنه من الشائع أيضا فى الكتب المترجمه أن يتم تقديم اسم العائلة على اسم المؤلف فى بداية كتابه المرجع المترجم ولا يكتب اسم المؤلف الأجنبى بالإنجليزية ولكن يكتب بالعربية ويكون الشكل كالتالى:

*فريدمان، جوناثامان ، **النسق العالمى: العولمة ومتغيرات الحداثة فى: محدثات العولمة، تأليف :** جوناثامان فريدمان، **ترجمة:** عبد الوهاب علوب (القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، 2000) ص 12.*

مع تظليل كل من اسم الكتاب وكلمة تأليف، وكلمة ترجمة ليكونوا Bold .

٤- بالنسبة للرسائل العلمية العربية والأجنبية غير المنشورة:

يتم توثيقها على نحو المثال التالى:

*زينب جيلان حمزة، دور البرامج الثقافية فى التليفزيون المصرى فى التنمية الثقافية، دراسة تطبيقية على ق٢، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة الزقازيق، كلية الآداب، ١٩٩٦).*

وهناك من يضيف القسم الذى تتبعه الرسالة وذلك فى محاولة لتسهيل الوصول إليها مرة أخرى وهناك من يكتفى بذكر اسم الكلية فقط.

– وفى حالة الرجوع إليها مرة أخرى يكون الأمر كالتالى:

*زينب جيلان حمزة، **مرجع سابق**، ص 15.*

– ولو تم الرجوع إليها مباشرة تكون كالتالى:

***نفس المرجع السابق**، ص 16.*

مع ملاحظة أن الأبحاث غير المنشورة قد تشتمل على مذكرات تعليمية كتلك التى يعدها الأساتذة لأغراض تدريس المناهج العلمية فى كليات الإعلام المختلفة، وكمثال الشكل التالى فى التوثيق لمذكرات غيرمنشورة.

*محمد الوفائى، محاضرات فى سيكولوجية الإعلام، **مذكرات غير منشورة** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1994 / 1995.*

وتنطبق نفس الطريقة السابقة فى توثيق الرسائل العربية على مثيلاتها الأجنبية، وذلك كما فى المثال التالى:

*Abdelazim, Aza, Televison Dependency And Knowledge Of Drug Abuse Among Egyption Adults, **M.A. Thesis** (A.U.C, Cairo, 1993).*

5– توثيق البحوث المنشورة فى الدوريات العامة والمتخصصة:

وتتخذ الشكل التالى:

*السيد بخيت، أدوار مستخدمى المواقع الإلكترونية فى صناعة المضامين الإعلامية :دراسة فى المفاهيم وبيئة العمل، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد التاسع، العدد الثانى، ديسمبر ٢٠٠٩، ص ١٠٢ .*

وتتبع نفس الطريقة فى توثيق البحوث الأجنبية المنشورة فى الدوريات، وذلك كما فى الشكل التالى:

*Kamal, S. & Hussein, M. , The Emergance Of E-Commerce In A Developing Nation: The Case Of Egypt, **An International Journal**, Vol. 9, No. 2,2002. P15.*

حيث إنه عند توثيق البحوث المنشورة فى الدوريات العامة والمتخصصة فإن اسم الدورية يكون Bold، وكذلك الحال عند توثيق الأجزاء المأخوذة من الصحف وذلك على النحو التالى:

*السيد يسن، العولمة والمعرفة، **صحيفة الأهرام**، الخميس 24 ديسمبر 2009، العدد 44943، ص 12.*

وهناك من يكتب نفس المرجع السابق بهذه الطريقة:

*السيد يسن، العولمة والمعرفة، فى: **صحيفة الأهرام**، الخميس 24 ديسمبر 2009، العدد 44943.*

6- توثيق التقارير والنشرات:

يتم توثيق التقارير والنشرات الصادرة عن جهات مختلفة كما فى المثال التالى:

*اتحاد الإذاعة والتليفزيون، **البرامج الثقافية فى الراديو والتليفزيون** (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتليفزيون، 1987) ص 12.*

*مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، **استطلاع رأى الشباب حول أولويات واهتمامات الشباب المصرى، تحليل مقارن** (جمهورية مصر العربية: مركز المعلومات وذعم اتخاذ القرار، فبراير ٢٠٠٨، ص ١٣.*

حيث يكتب اسم الجهة الصادر عنها التقرير فى البداية، ويكتب اسم الموضوع Bold، وتطبق نفس القاعدة فى توثيق المراجع مع التقارير والنشرات الأجنبية الصادرة عن جهات أجنبية.

7- توثيق المقابلات:

يتم توثيق المقابلات التى يقوم بها الباحث مع المسئولين الذين يعطونه معلومات تهم بحثه مع الأخذ فى الاعتبار أن يتم وضع تاريخ المقابلة والمسمى الوظيفى للشخصية التى تم إجراء المقابلة معها، وذلك فى محاولة لإظهار مدى علاقتها بالبحث، ويتم توثيق المقابلات كما فى المثال التالى:

مقابلة مع خالد عزب المسئول الإعلامى بمكتبة الأسكندرية، فى /2009/12.

8- توثيق المادة المأخوذة من على الإنترنت:

1/8 المواقع البحثية المفيدة للباحثين:

تعد الإنترنت مصدراً مهماً لاستقاء المعلومات، حيث تحوى العديد والعديد من المواقع التى يمكن أن تفيد الباحثين وذلك على النحو التالى:

- المواقع البحثية التى لديها قواعد بيانات Data Base والتى يقوم الباحث بالاشتراك فيها ومن أمثلتها وأشهرها عالمياً موقع SAGE والذى يصدر عنه أغلب وأهم الدوريات العلمية فى المجالات المختلفة والتى منها

المجال الإعلامى مثل مجلة Comunication Research على سبيل المثال.

• الموقع البحثية التى لا تشترط الاشتراك فيها للحصول على الأبحاث العلمية والتى تتيح أبحاث كاملة مجانية Free أو ملخصات أبحاث Abstracts والتى تفيد الباحث أيضاً، ومن أمثلتها موقع ERIC والذى يتيح أبحاث وملخصات مجانية فضلاً عن بعض الأبحاث التى تتاح للباحث بطريقة الشراء.

• مواقع شخصية تابعة لبعض أساتذة الإعلام الذين يقومون بنشر أبحاثهم العلمية ومقالاتهم العلمية بها، ومثال على ذلك موقع الدكتور السيد بخيت تحت اسم الإعلام الجديد.

• مواقع الصحف الإلكترونية وما تتيحه من أرشيف إلكترونى تصل أعداده إلى عدة سنوات.

• البحث من خلال المحركات البحثية الشهيرة مثل Google والذى يعطى المواضيع التى كتبت فى الموضوع محل البحث، مع ملاحظة أنه يتم الاعتماد على البحث العربى والأجنبى معاً.

• البحث من خلال المواقع الموسوعية التى تعطى معلومات عن كل شئ وأشهرها وأهمها عالمياً موقع Wikipedia والذى يعمل بالعديد من اللغات ويتيح لمستخدمه الاشتراك فى إضافة المعلومات عن الأشياء الموجودة بالفعل أو إجراء تصحيح أو إنشاء صفحة جديدة لموضوع جديد.

• الرجوع إلى المنتديات المتخصصة، كأن يتم الرجوع إلى منتدى متخصص فى أعمال التصوير للتعرف على معلومات عامة عن إحدى كاميرات التصوير الحديثة أو أخذ صورة لها.

- الرجوع إلى المواقع الإلكترونية للمؤسسات المختلفة لأخذ معلومات عنها، كأن يرجع الباحث إلى موقع اتحاد الإذاعة والتليفزيون لأخذ معلومات عنه عن بدايات نشأة وتطور الإذاعة والتليفزيون، أو التعرف على أهم البرامج المذاعة بالقنوات المختلفة وتوقيت إذاعتها.
- المدونات Bloggers : والتى تعد أيضاً واحدة من مصادر المعلومات بالنسبة للباحث، فقد يتم الرجوع لإحدى المدونات الخاصة بأحد الشخصيات الشهيرة فى المجال الإعلامى واقتباس بعض الآراء لها المنشورة على مدونتها الخاصة.
- الرسائل العلمية والأبحاث غير المنشورة والتى تذخر بها الإنترنت والتى يقوم أصحابها برفعها على الإنترنت فى شكل ملفات Word أو فى شكل ملفات PDF وذلك حتى يستفيد منها الباحثون الآخرون فى نفس المجال، وتتضح أهميتها خاصة فى ظل صعوبة الحصول على مثل هذه الأبحاث التى قد تكون أجريت فى دول أخرى.

وبالتالى يمكن القول بأن الإنترنت لم تعد وسيلة ترفيهية فقط كما كان سائداً فى بدايات ظهورها، وأيضاً لم يقتصر الأمر على كونها مجرد أداة للتواصل الاجتماعى من خلال مواقع التواصل الاجتماعى كالفيس بوك وتويتر وإنما تعد مصدراً أساسياً ومهماً للباحثين يحصلون من خلاله على المعلومات التى تهمهم فى المجال الذى يبحثون فيه.

٢/٨- طرق توثيق مواقع الإنترنت العربية:

والتى تتخذ الشكل التالى كمثال لها:

- *الاتحـاد العربـى لتكنولوجيا المعلومـات، "هل يثبـت العـرب وجـودهم عبـر الإنترنت؟" مجلة المشرق الإعلامى الإلكترونية، متاحة على:*

*http://www.**arab-ita.org/Current_Awarenes/CA_1.asp**. On (20/1/2012).*

- *بحث فى فوائد ومضار استخدام الإنترنت، متاحة على:*

*http://www.**kuwaitshr.com/Research/page.php?details=102**. On (3/2/2010).*

- *بوابة إلكترونية عملاقة لذاكرة العالم العربى، جريدة الشرق الأوسط، الخميس 12 يونيو 2008، العدد 10789، متاحة على:*

*http://www.**memoryarabworld.net/Doc/Meeting2News-2_big.doc**. On (3/4/2012).*

- *سـالم حسن علـى هيكل، تربيـة وتنشئة الفرد فـي إطـار متـوازن بـين ثقافـة مجتمعـه والاحتكـاك بالثقافـات المجتمعيـة، (دراسـة مفاهيمية تحليليـة)، **رسـالة ماجستير غيـر منشـورة** (جامعة الملك سعود: كليـة التربية، ٢٠٠٢) متاحـة علـى:*

*http://www.**art.gov.sa/t7893.html**. On (3/4/2012).*

- *نصف المراهقين الأمريكيين يستخدمون "فيسبوك"، موقع الأهرام الإلكترونـى، متاحة علـى:*

*http://**gate.ahram.org.eg/NewsContent/**. On (20/4/2010).*

٣/٨- طرق توثيق مواقع الإنترنت الأجنبية:

وبالنسبة لتوثيق المادة المأخوذه من المواقع الإلكترونية الإنجليزية فإنها تتخذ نفس الأسلوب السابق باللغة العربية، وذلك على النحو التالى:

- *Mark Paster, Culture And New Media: A Historical View, The Handbook of New Media, 2006, SAGE Publication. Available at:*
*http://**sage-ereference.com/communication/Article_n9.html .**On (2/2/2010)*

Nancy Martland & Fred Rothbaum, The Internet , Hand Book On Communication And Disseminating Behavioural Science , 2007, SAGE publication, Available At:
*http://**sageereferance.com/hdbk_behaviouralsci/article_n15.html**. On (3/4/2011)*

NUA Internet Surveys, Avilable At:
*http://www.**nua.com/surveys/?f=VS&art_id=905358417&rel=true**.On (5/10/2011).*

وبالتالى يمكن القول بأهمية توثيق المراجع الواردة فى أى بحث علمى والتى تعتبر الطريق الوحيد لاعتماد هذا البحث والاعتماد على ما توصل إليه من نتائج علمية.

الفصل السابع

النتائج :تحليلها ومناقشتها

مقدمة:

وفي هذا الفصل يصف الباحث النتائج التي توصل إليها في عملية تنفيذه لبحثه وتحليل البيانات التي جمعها الباحث، ويأتي هذا الوصف على شكل جداول أو أشكال بيانية يقوم الباحث بتوضيحها ويتبعها بملاحظات تبرر النتائج المهمة فيها، وهنا تعرض النتائج بشكلموضوعي.

ثم يقوم الباحث بتفسير هذه النتائج ومقارنتها بنتائج دراسات سابقة، وفي ضوء هذه النتائج يقترح بعض الحلول بشكل توصيات مرتبطة برأي الباحث وبالنتائج التي توصل إليها.

كما يبين الجوانب التي لم تتمكن الدراسة من التحقق منها ليوصي بأن تكون موضوع بحوث لاحقة.

- <u>الأجزاء الختامية في التقرير :</u>

ينتهي التقرير عادة بالمواد المرجعية والتي تتضمن:

أ -قائمة المراجع التي استخدمت فعلاً في البحث، وفي أثناء التوثيق داخل متن البحث يذكر عادة اسم المؤلف وسنة النشر والصفحة المشار إليها بين قوسين، أما التوثيق الخارجي فيقوم الباحث بوضع المراجع في قائمة وفق أسس معينة تتمثل في عرض المصادر حسب تسلسل الحروف الأبجدية للمؤلفين، وعرض المصادر العربية والأجنبية في قائمتين منفصلتين.

إن وجود القائمة في نهاية الدراسة أمر جوهري وأساسي في البحث العلمي، حيث تُعبر هذه المراجع جزءاً من جهود الباحث وقدرته، كما تفيد القارئ في اطلاعه على قائمة تضم ما نشر حول هذا الموضوع.

ب -ملاحق البحث : وتأتي بعد قائمة المراجع، وتتضمن هذه الملاحق البيانات الخام والجداول وصور الوثائق والمواد المدعمة للبحث، كما يمكن أن تشتمل على استبانات واختبارات وما شابه ذلك، ولا تعتبر الملاحق جزءاً من البحث.

مما سبق تبرز لنا أهمية تقرير البحث فيما يلي:

1-يعكس صفات الباحث الأخلاقية ومدى أمانته العلمية.

2-يعكس قدرات الباحث العلمية في تحديد المشكلة ووضع الفروض وتحليل النتائج ومناقشتها.

3-يعكس أسلوب الباحث في التعبير عن نفسه.

4-يعتبر سجلاً وثائقياً يرجع إلى نتائجه كلما دعت الحاجة لذلك.

5-يعتبر ملخصاً لأدبيات البحث السابقة حول الموضوع.

- صفات الباحث الجيد-:

هناك صفات أساسية لابد من توافرها في الباحث، وفي حالة عدم وجودها الفطري فيه، عليه تمثلها واكتسابها عّله يستطيع الإسهام في مسيرة البحث والعلم. وهذه الصفات هي-:

- الحيدة والموضوعية :

ويقصد بها التجرد من الميول والأهواء الذاتية، وعدم التعصب لمذهب أو لأطروحة علمية أو سياسية، فالباحث الذي يقوم ببحث لابد أن يكون هدفه الوصول إلى الحقيقة، ومتى وصل إليها سواء اتفقت مع ميوله أم لم تتفق.

وعليه أن يختار موضوعه دون أن يكون قد حدد موقفه من مساندته أو معارضته، وخاصة أنه لم يجمع المادة التي تقوده إلى نتائج معينة.

-الأمانة العلمية :

يجب تحققها في الكتابة بعيداً عن أي سرقة أو تناول غير شريف، وتقتضي الأمانة العلمية الإشارة إلى كل عملية اقتباس أو نقل ونسبه إلى صاحبه أو مؤلفه، كما تتطلب الأمانة العلمية من الباحث عدم المحاولة في التزوير في الوثائق أو الأسانيد كأن ينقل خطأ عن عمد من المصادر أو أن ينسب جهد الآخرين إليه. والقوانين والأنظمة تعاقب على جريمة السرقة العلمية والتزوير كما تعاقب على جريمة السرقة المادية.

- الخلفية العلمية :

على الباحث التزود بالعلم ولاسيما في مجال بحثه، فعليه سعة الإطلاع، واقتناء المعرفة، فالخلفية العلمية ضرورة للباحث يرتكز عليها كمنطلق علمي وبناء في الإعداد والصياغة والإخراج لبحثه.

ولذا لابد للباحث أن يكون ملماً إلماماً واعياً بخصائص المعرفة العلمية والتفكير العلمي، فالباحث درجة متقدمة على العالم، فليس كل عالم باحثاً، ولكن كل باحث بالضرورة عالم.

- الحذر والشك:

الباحث الجيد دائم الرفض للتسليم بما هو رائج بين العامة والعلماء، فهو لا يتأثر بالرأي العام أو الأخطاء المألوفة أو الموروثة التي تشوب الثقافة السائدة في مجتمعه، فالشك والبحث وإبطال الرأي وإثباته ضروري في تكوين المعرفة، بل إن تكوين العلم وتحصيل المعلومات يقوم على اتجاه عقلي لابد من اكتسابه وممارسته.

- الفضول الفكري وحب الاستطلاع:

وهذا الفضول هو الميل الطبيعي لمعرفة الأسباب والذي يدفع الباحث للبحث وإيجاد الحقيقة، والفضول الفكري وحده لا يكفي بل لابد أن يصاحبه المقدرة على التأمل واستخدام العقل والتفكير والحدس والخيال للكشف عن الحقائق العلمية دون تجاوز للواقع المألوف.

- الصبر والجلد :

حيث إن عملية البحث عملية شاقة ومجهدة ذهنياً وجسدياً وفكرياً، بل ومادياً، فعلى الباحث أن يتحلى بالصبر والجلد والعمل الدؤوب، وعليه ألا يتعجل النتائج ويقع في أخطاء غير مقصودة، كما أن عليه مراجعة كل دراساته ونتائجه التي حصل عليها قبل كتابة تقرير بحثه.

- القدرة على التنظيم:

يجب تمتع الباحث بقدرته على تنظيم وتبويب بحثه، وإلمامه بالمهارات الفنية التي تؤهله لبناء وإعداد الهيكل التنظيمي للبحث بأقسامه وعناوينه، وتناسق أجزائه وترتيبه، ثم إخراجه بالشكل اللائق والمناسب.

- معايير إعداد التقرير الجيد-:

يمكن اعتبار تقرير البحث جيداً إذا اهتم بالأمور التالية-:

-التنظيم -:أي يراعي الباحث في كتابة تقريره الأمور التنظيمية التي تتعلق بهيكل(البحث بحيث كان متسلسلاً ومترابطاً ومرتباً في فصول وأبواب بحسب ما هو متفق عليه.

– الانسجام :ويعنى أن يظهر البحث في جميع وحداته وبنوده بشكل منسجم من حيث(إخراجه وترقيمه ووحدة الأسلوب والتقليل من الاقتباس كي يعكس البحث شخصية الباحث.

– الدقة العلمية :وتعني الدقة في الكتابة وطرح المعلومات والأفكار، ومراعاة الأمانة عند اقتباس المعلومات أو طرحها، وتوثيقها أولاً بأول وفي المكان المناسب.

– الوضوح :أي أن يكون الموضوع المراد البحث فيه واضحاً في ذهن الباحث واستخدامه لغة سليمة بعيداً عن الحشو والإطالة التي لا مبرر لها والتوضيح بالقدر المناسب والضروري.

– الثقة :أي أن يكون الباحث واثقاً بنفسه بما لديه من خبرات سابقة مبتعداً عن الغرورعند صياغة بحثه، وأن يكون أميناً في اقتباسه وتوثيقه وصادقاً في تقديم الأدلة الكافية.

– تركيب الموضوع :أي أن يكون البحث مكوناً من جميع العناصر المطلوبة وكل عنصر يتضمن الأجزاء المطلوبة بشكل منظم ومرتب.

– اللغة :أي أن يكون البحث قد كتب بلغة الباحث، وأن تكون هذه اللغة سليمة وواضحة وخالية من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية، ومستخدماً أسلوب الغائب وبأسلوب المبني للمجهول.

-القواعد الشكلية :فهناك قواعد شكلية للبحث تشترط الجامعة أو الدورية على هذه القواعد، وقد تختلف هذه الشكليات من جامعة لأخرى، ومهما كانت هذه الشكليات يتوجب على الباحث الالتزام بها عند إعداد تقريره، كأن يطبع على ورق أبيض بمقاس معينوالطباعة على وجه واحد وبمسافات محددة، وترقم الصفحات بالتسلسل كما ترقم الأشكال والجداول، ويراعى مساحة الهامش.

– صدق أدوات البحث وثباتها :أي أن يتوافر صفة الصدق والثبات في الأداة المستخدمة في البحث حتى يمكن الحصول على نتائج على درجة عالية من الدقة والموضوعية.

– تقويم البحث-:

تستند عملية تقويم البحث إلى معايير ومبادئ وأسس تتعلق بموضوع البحث والأسلوب الذي

استخدم وكذلك إلى شكل البحث ومظهره.

وعملية تقويم البحث تتم من خلال ما يلي-:

أ -تقويم موضوع الدراسة.

ب -تقويم أسلوب الدراسة.

ج -تقويم شكل الدراسة.

وفيما يلي توضيح لذلك-:

أ -تقويم موضوع الدراسة -:

فنجاح الباحث في اختيار مشكلة بحثه يعتبر النقطة الإيجابية الأولى في عملية البحث.

وهنا يمكن طرح هذه الأسئلة لتقويم موضوع الدراسة-:

هل تتسم مشكلة البحث بالواقعية؟

هل تتسم المشكلة بالحداثة والابتكارية؟

هل لهذه المشكلة قيمة علمية؟

هل يمكن أن تؤدي دراستها إلى نتائج مثمرة؟

هل ستنعكس نتائج المشكلة على جمهور واسع؟

ب -تقويم أسلوب الدراسة-:

إن أسلوب البحث يحدد قيمة هذا البحث، فإذا اعتمد الباحث أسلوباً علمياً في تحديد مشكلة بحثه وفي التخطيط للإجراءات وفي تنفيذها وتحليل النتائج، فإن ذلك يعطي البحث قيمة علمية.

ويمكن طرح الأسئلة التالية لتقويم أسلوب الدراسة-:

هل تم تحديد المشكلة بشكل دقيق وواضح؟

هل تم التعبير عن المشكلة بشكل دقيق وواضح؟

هل اتضحت حدود المشكلة؟ وهل حددت وعرفت مصطلحات الدراسة؟

هل حددت الأهداف المنشودة بشكل واضح وقابل للقياس؟

هل تم وضع فرضيات كافية لتساؤلات البحث؟

وهل كانت صياغتها بشكل واضح ومختصر ومتضمنة للمتغيرات المطلوب دراستها؟

هل تم وضع الإجراءات المرتبطة بالبحث وتنفيذه؟

هل تم تحديد أدوات البحث وطريقة بنائها؟

هل تم التأكد من صدق الأداة وثباتها؟

هل تم اختيار عينة ممثلة من المجتمع؟ وهل كانت العينة مناسبة؟

هل تم ضبط العوامل المؤثرة؟

هل تم تنفيذ البحث وفق الخطة الموضوعة؟

هل تم فحص جميع الفروض؟

هل تم استخدام مراجع ومصادر كافية وحديثة؟

هل تم عرض النتائج بشكل واضح؟

هل تم تفسير النتائج بأسلوب واضح ومقنع؟

هل استخدم معالجات إحصائية مناسبة وصحيحة؟
هل ارتبطت النتائج بمجريات الدراسة؟
هل كانت التوصيات منتمية ومرتبطة بالنتائج؟

ج -شكل الدراسة-:

يعتبر شكل الدراسة من أكثر الجوانب أهمية في عملية التقويم حيث إن هناك التزاماً بشكل معين من حيث المظهر وتسلسل العرض في الفصول المختلفة وفي طريقة التدوين والتوثيق.

وفيما يلي بعض الأسئلة التي تساعد في تقويم هذا الجانب-:
هل اتخذت الدراسة شكلاً مرتباً؟
هل قسمت إلى فصول وأبواب؟
هل استخدمت عناوين واضحة لكل فصل ولكل باب؟
هل تم توثيق المراجع والمصادر بطريقة سليمة موحدة؟
هل خلت الدراسة من الأخطاء المطبعية؟
هل كان حجم الدراسة معقولاً ومناسباً لموضوع الدراسة؟
هل كانت الرسومات والجداول جميعها ضرورية ومقبولة؟
هل كان هناك انسجام بين فصول البحث وأجزائه؟
هل استخدمت الدراسة لغة واضحة لا يكتنفها أي غموض وسليمة من أي خطأ؟

وهكذا يفضل أن يقوم الباحث بتقويم بحثه تقويماً ذاتياً، قبل كتابة تقرير بحثه وإخراجه بالشكل النهائي، كما يجب على الباحث أن يتحلى بالصبر واتساع الصدر للنقد، وذلك لأن هدف كل من ينقد بحثه هو الوصول إلى الحقيقة بصيغة أفضل، ولذا عليه التعاون والتجاوب مع كل من يقدم له نُصحاً أو نقداً بناء، وخاصة بعد اقتناع الباحث بمعقولية النقد ودقة الاقتراح المقدم وصحته.

وللاستفادة من هذه المعايير السابقة لتقويم البحث، يمكن إعدادها ووضعها في صورة صحيفة رصد تتضمن أسئلة تتطلب الإجابة عنها بنعم أو لا، أو في صورة بنود خبرية، تتطلب الاستجابة عنها بمعيار من معايير رتب محددة، ويكون لكل معيار درجة أو مقياس كمي محدد، كأن يستخدم مقياس خماسي التدريج مثل:

"بدرجة كبيرة جداً، بدرجة كبيرة، بدرجة متوسطة، بدرجة قليلة، بدرجة قليلة جداً".

الفصل الثامن

بحوث العلاقات العامة

- أهمية البحث العلمي في العلاقات العامة الناجحة

تعتبر بحوث العلاقات العامة خطوة أساسية يجب أن تقوم بها المؤسسة عند قيامها بتخطيط أنشطتها وبرامجها الموجهة إلى الجماهير المختلفة، ويعتبر معرفة وقياس اتجاهات الرأي العام من أهم الأدوات التي تساعد الإدارة في تنفيذ برامج ناجحة وكسب تأييد جماهيرها، فأي مؤسسة يهمها في المقام الأول معرفة ماذا تعتقد هذه الأخيرة في سياستها وأعمالها ومنتجاتها، وأن تجد إجابات لكل الأسئلة التي تطرحها هذه القاعدة الجماهيرية.

وبشكل عام تؤدى العلاقات العامة وظيفتها في إطار (الاتجاهات / القيم / الرغبات / الحاجات الإنسانية) وهي متغيرات يصعب قياسها بدقة عن طريق الاجتهاد الشخصي .

- أهداف البحوث في مجال العلاقات العامة :

١- نقل صورة (متكاملةو دقيقة) لاتجاهات الرأي العام للإدارة لأخذها في الاعتبار عند رسم سياستها .
٢- توفر المعلومات عن وجهات نظر الجماهير لتخطيط عملية الاتصال بناء على المعرفة التامة بآراء وأفكار جماهيرها المختلفة .
٣- إمداد الإدارة بصورة صادقة وحقيقية لأفكار الجماهير ورغباتهم دوافعهم -- توفر مقومات موضوعية لعملية اتخاذ القرارات .
٤- إعطاء فرصة لجمهورها للتعبير عن وجهات نظرهم (رضا / عدم رضا) فتعرف الإدارة [مواطن (الضعف / القوة) والشكوى منها، مما يؤدي إلى إحساس الجمهور بالمشاركة في صناعة قرارات المنظمة ، فترتفع درجة معنوياتهم نحوها .

٥- معرفة مقترحات جمهورها (الداخلي) لتوفير ظروف ومقومات أفضل للعمل

٦- التوقع والتنبؤ والتفكير المستقبلي لمواجهه المشكلات المتوقعة واكتشاف أسبابها قبل وقوعها وانتشارها

٧- تصميم طرق وأساليب اتصالية مقنعة لكل الفئات بناء على المعلومات التي تم الحصول عليها عن طريق البحوث .

– **<u>المعلومات والبحث العلمي في مجال العلاقات العامة</u>**

لما كانت برامج العلاقات العامة تعتمد على حقائق ثابتة بدلا من الاعتماد على التخمين فالدراسة العلمية والبحوث المنظمة هي التي أداة للوصول إلى النتائج السلمية، وهي التي تكشف كيفية تفكير الناس والحالة التي يعيشون فيها، وتستخدم البحوث العلمية في مجال العلاقات العامة مع المستخدمين والمساهمين وعدد الأسهم المملوكة ومعرفة الآراء والرغبات، وتحديد عادات القراء الخاصة بهم، ومعرفة طرق الاتصال المختلفة مع هذه الجماهير.

<u>أولا -البحث وجمع الحقائق:</u>

إن عملية البحوث ذات أهمية كبرى لعملية التخطيط في مجال العلاقات العامة، فالبحث يستطيع أن يبين اتجاهات الجمهور و مطالبه و رغباته و ميوله اتجاه المؤسسة كما يستطيع أن يقدم بدائل التصرف أو السلوك نحو هذه الاتجاهات و المطالب حتى نكسب تأييدها و دعمها، كما يجب أن تكون عملية البحث وجمع الحقائق والبيانات وإجراء التحليلات المناسبة عملية مستمرة ولا تقتصر على مجرد دراسة حالة هنا أو حالة هناك فالبيئة الداخلية والخارجية لأية

مؤسسة متغيرة وتحتاج إلى المتابعة والتعامل معها بذكاء .و هناك عدة تعاريف للبحث نستطيع أن نأخذ منها:

– البحث استقصاء دقيق يهدف إلى اكتشاف حقائق و قواعد عامة يمكن التحقق و الاستفادة منها حاضرا و مستقبلا.

– الجمع المنظم للمعلومات بهدف تقديم وصف للأوضاع و الحالات المختلفة و فهمها فهما صحيحا، و وضع الفرضيات حولها و كذلك حول الجماهير ذات العلاقة و حول نتائج عمل .العلاقات العامة، و ذلك باتباع الأساليب العلميه.

و يتولى نشاط البحث قسم للأبحاث يتم إنشاؤه خصيصا لهذا الغرض، و يعتبر هذا القسم من أهم أقسام المؤسسة، فهو الذي يتولى مهمة جمع المعلومات الدقيقة التي تبنى عليها خطط و سياسات المؤسسة المستقبلية، و حتى يتسنى لهذا القسم جمع كافة البيانات اللازمة فإنه يقوم بعمل ذي جانبين هما :

الجانب الأول : تحليل أعمال و نشاطات المؤسسة داخليا، و الوقوف على كل خططها و سياساتها وبرامجها ومنتجاتها، مع تحليل مدى فهم الإدارة العليا و استعدادها لتقويم دور العلاقات العامة، حيث أن نجاح هذه الإدارة في وضع برامجها موضع التنفيذ يعتمد إلى حد كبير على مدى دعم الإدارة العليا لها.

الجانب الثاني :القيام بالأبحاث العلمية الموضوعية لمعرفة رأي الجمهور و ميوله و رغباته و اتجاهاته حيث أن المعلومات التي يجمعها الباحث في هذا المجال هي الأساس لبناء خططه و برامجه لإدارة العلاقات العامة، و يجب عليها من جهة أخرى أن تدرس جمهور مؤسستها و تفهمه، حتى تتمكن من استخدام وسائل الإعلام المناسبة للتأثير عليه، حيث أن نوعية الجمهور هي التي تحدد وسائل المخاطبة.

إن دور قسم العلاقات العامة لا ينتهي عند الحد الذي ذكر سابقا، بل عليه أن يقوم بأبحاث جديدة لمعرفة مدى فعالية الخطط والبرامج والسياسات الموضوعية والتي يتم تنفيذها والتوصية بإجراء أية تعديلات لازمة إذا اقتضى الأمر.

ثانيا - أهمية المعلومات والبحث العلمي في إعداد الإستراتيجية:

يعد البحث العلمي عاملا جوهريا لا غنى عنه في عملية إعداد استراتجيات الاتصال في مجال العلاقات العامة، بحيث تتسم هذه الاستراتجيات في كونها محكمة البناء وعالية التأثير، ويخدم البحث العلمي عملية تطوير الإستراتيجية من خلال توفير المعلومات وتحليلها حول مختلف العوامل المؤثرة في علاقة المؤسسة بجماهيرها، ففي مشروعات الأعمال على سبيل المثال، نعرف أنها تتطلب استثمارات ضخمة في الآلات، بالإضافة إلى مرور وقت بين اتخاذ قرار بالإنتاج و ظهور المنتجات و استرداد الأموال، مع ضرورة اتخاذ جميع الخطوات اللازمة للتنبؤ بما سيحدث ، فالمؤسسة الناجحة هي التي لا تترك مصيرها للمفاجآت و قد بدأ التنفيذيون يدركون أن مشاكل العلاقات الإنسانية قابلة للبحث و المعالجة. وتتضمن عملية توفير المعلومات البحث عن نوعين من البيانات هما:

- البيانات والحقائق الموضوعية .(المتعلقة بالمؤسسة)
- البيانات والحقائق الشخصية . (المتعلقة بالجمهور)

ويخدم البحث العلمي عملية تطوير إستراتيجية الاتصال في مجال العلاقات العامة من خلال عدد من الأبعاد نشير إليها فيما يلي :

-يعد البحث العلمي شرطا مسبقا لإعداد إستراتيجيات اتصالية فعالة شاملة من خلال المساعدة في تحديد أهداف واقعية ومدروسة، مما يتطلب معرفة الموقف

الرهان للمؤسسة ومدى قربة عن الأهداف التي رسمتها الإستراتيجية، وهذا النوع من البحث يقع ما يعرف بدراسات تحليل الموقف الذي يحاول البحث في سؤال " أين نقف الآن. "

-يوفر البحث العلمي قاعدة معلوماتية دقيقة عن جمهور المؤسسة بكافة فئاته، من حيث اتجاهاته وميوله ورغباته، وحاجاته وكيف يفكر؟ وما هي مواقفه الراهنة تجاه المؤسسة وإدارتها؟ وما هي الصورة الذهنية المتكونة لديه عنها.

-يساعد البحث العلمي في عمليات اختيار النشاط الاتصالي، إذ يوفر الاختبار القبلي للمواد الإعلانية فرصة تعديل الرسائل، أو تغييرها قبل نشرها عبر الوسائل المختلفة، كما توفر الاختبارات الأولية فرصةلاختيار أفضل الوسائل.

-يعد البحث حاجة ضرورية لقياس التعرض الحقيقي، ومن ثم فهم الرسالة من قبل الجمهور المستهدف إلى جانب تقييم الآثار التي أحدثتها الرسائل، ودرجة القبول الحقيقي للأفكار التي تحملها، وما ينتج من تغيرات معرفية، واتجاهية، وسلوكية لدى الجمهور المستهدف.

-يكتشف البحث العلمي عن مواطن الضعف والاضطراب في علاقة المؤسسة بمحيطها الخارجي وبيئتها المؤسسية على حد سواء، الأمر الذي يوفر فرصة للتخطيط لمواجهة عناصر الضعف قبل استفحالها وتحولها إلى مشكلات مستعصية.

إن عملية العلاقات العامة بخطواتها الأربع تشبه جبل الجليد الذي يكون ثلاثة أرباعه مختف تحت الماء وغير مرئي، فالبحث والتخطيط والتقييم، لا تكون ظاهرة والجزء الوحيد الظاهر هو الاتصال والتنفيذ، وإلى جانب علاقة الترابط بين جميع المراحل فإن الخطوات غير الظاهرة تعتبر أكثر أهمية وتأثيرا في المدى الطويل على أداء الظاهر ومن ناحية أخرى فإنه بسبب عظم النتائج التي تترتب على

القرارات يحتاج المديرون إلى زيادة درجة التأكد و التحديد في قراراتهم من خلال البيانات المتوفرة لهم.

مزايا البحث فى العلاقات العامة:

ويحقق البحث مزايا أهمها :

- يبين للمؤسسة درجة نجاح سياستها الإدارية و منزلتها في نفوس الجماهير .
- يعطي الفرصة للجمهور لإبداء وجهة نظره عن المؤسسة و سياساتها و إداراتها، و هو بذلك يجعله يعبر عن رأيه تجاهها و هذا ما يسمح ببناء صورة ذهنية جيدة.

ا- لدراسة العلمية تكشف عن نزاعات الجماهير المختلفة و أسباب الاختلاف، و تساعد على وضع الحلول للتغلب عليها و السيطرة على الموقف لصالح المؤسسة.

ثالثا - أهداف البحث العلمي فى العلاقات العامة.

لقد كانت شركةsun oil company الأمريكية من أوائل الشركات التي أنشأت قسما للبحوث في إدارة العلاقات العامة بها . و قد حددت الإدارة لهذا القسم ثلاثة مسؤوليات أساسية هي :

-الاتصال المستمر بمديري إدارات المؤسسة و إمدادهم بالمشورة و العون الذي يضفي لمسات العلاقات العامة على أنشطة الإدارات المختلفة.

- القيام بالبحوث و إعداد التقارير عن الموضوعات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و التيارات التي ترى إدارة العلاقات العامة أنها تؤثر على أنشطة

الشركة و مصالحها، أو على الصناعة البترولية ككل، أو على المشروعات التجارية و الصناعية بصفة عامة.

- إعلام المسؤولين بالشركة بصفة مستمرة و عاجلة عن كل ما ينشر أو يذاع و له علاقة بالشركة، أو بالصناعة البترولية، أو المشروعات التجارية و الصناعية على وجه العموم.

إن المؤسسات و المشروعات الكبرى هي وحدها القادرة على أداء وظيفة البحث وجمع المعلومات، بينماتمارس المؤسسات الصغرى والمتوسطة هذه الوظيفة على مستوى أصغر وبدرجة أقل، ولكنها في جميع الأحوال ضرورية لنجاح عملية العلاقات العامة في أداء دورها على الوجه الأكمل، و الهدف العام للبحوث في مجال الإدارة هو توفير المعلومات والحقائق لرجال الإدارة العليا لاتخاذ القرارات المناسبة، وفي مجال العلاقات العامة فإن الغرض من القيام بهذه العملية هو تحقيق الأهداف التالية:

- تشجيع الاستماع وإبراز مفهوم الاتصال المتبادل .
- توفير المعلومات التي تخدم المسؤولين.
- توفير النظرة الموضوعية حيث تكون العلاقات العامة المرآة التي تعكس صورة المؤسسة .
- اكتشاف نقاط الضعف قبل انتشارها في قطاع واسع من الرأي العام .
- زيادة فعالية الاتصالات .
- تحديد أهداف واستراتيجيات العلاقات العامة
- تقويم الأثر الفعلي لبرامجها .
- التعرف على المتغيرات الدولية ودراسة آثارها المحتملة على المؤسسة.
- دراسة المتغيرات البيئية المؤثرة على المؤسسة وعلى إدارة العلاقات العامة .

- تحليل المؤسسة ودراستها من الداخل .

- دراسة الرأي وتحليله وقياسه ودراسة اتجاهات الجماهير إزاء المؤسسة وسياستها وبرامجها .

- دراسة وسائل الإعلام وتقدير أهميتها وتقويم مدى نجاحها .

- زيادة فعالية الاتصال الخارجي وتقييم مدى نجاح المادة الإعلامية وأفضل السبل لاختيار الوسيلة المناسبة وصياغة الرسالة الواضحة والعوامل المؤثرة على مدى استجابة الجماهير للرسالة الإعلامية.

- تحديد الجماهير النوعية تحديدا دقيقا ومعرفة خصائصها ومقوماتها .

- إمداد الإدارة بالمعلومات بصفة عامة وبالمعلومات الخاصة بتوقعات عن حدوث أزمات أو اضطرابات لتتجنبها أو لتستعد لمواجهتها.

الفصل التاسع

مجالات وأنواع بحوث العلاقات العامة

-مجالات وأنواع البحوث في العلاقات العامة.

- أنواع بحوث العلاقات العامة:

بشكل عام تستخدم العلاقات العامة كافة أنواع البحوث ومناهجها، لتوفير قاعدة معلوماتية دقيقة حول المؤسسة وعلاقتها بمحيطها .غير أن أكثر المناهج استخداما هو المنهج المسحي واستطلاعات الرأي، أو دراسات قياس مستوى المعرفة، ونماذج الاستبيانات، وغالبا ما تعالج المسوحات مشكلة محددة من خلال دراستها وتحليلها وفق أسس علمية ، ولقد اختلف مصنفو البحوث في ذلك وفيما يلي بيان أبرز هذه التصنيفات.

فالتصنيف الأول ويقسم البحوث إلى :

- **البحوث الاستطلاعية** :يقوم بها خبير العلاقات العامة للتعرف على المشكلة، وتصميم بحث لدراستها بطريقة علمية.

- البحوث الوصفية: :وهي تهدف إلى معرفة أفراد موضوع البحث ومعرفة دوافعهم.

- البحوث التفسيرية(التجريبية :) وتعتمد على إجراءات تجارب ميدانية، لتحديد المتغير المستقل وأثره على المتغير التابع (مثال علاقة التعليم بسلوك المستهلك نحو سلعة ما).

- البحوث التاريخية :وهي دراسة الوقائع والأحداث وأثر ذلك على المستقبل حيث تستفيد إدارة العلاقات العامة منها في تحليل العلاقات الاجتماعية ووضع خط مستقبلية بناء عليها.

و التصنيف الثاني ويقسم البحوث إلى البحوث النوعية و البحوث الكمية

1-البحوث النوعية:

وهي تقدم وصفا للظواهر المختلفة على الرغم من أن العديد من الأساليب البحثية يندرج تحت هذا التصنيف منها أسلوب الجماعة البؤرية والذي هو أكثر ملاءمة للاستخدام في مجال العلاقات العامة.وسنتناوله بشيء من التفصيل.

أ -أسلوب الجماعة البؤرية:

وهي جماعة صغيرة محدودة العدد تتألف من أشخاص يتم استدعاؤهم للاشتراك في جلسة لمناقشة قضايا مختلفة تهم المؤسسة، وفقا لتساؤلات وضعت خطوطها العامة سلفا، ويديرها رئيس الجلسة وتعتقد لفترة زمنية محددة في مكان مريح .وتحقق مناقشات الجماعة البؤرية الوظائف التالية:

– اختبار مكثف لبيانات نوعية ترتبط بمشكلات معينة ذات أهمية خاصة للمؤسسة .

– توليد أفكار جديدة ذات علاقة بالموضوع المطروح للمناقشة .

– التعرف على أراء المبحوثين في الموضوعات .التي تهتم بها المؤسسة .

– تحديد القضايا التي تتطلب المزيد من الدراسة لإعداد الدراسات المعمقة حولها

– إعطاء جمل وعبارات ملائمة للرسائل الإعلامية للمؤسسة.

2-البحوث الكمية:

تستند البحوث الكمية إلى عملية القياس بالدرجة الأساسية والتي توفر إمكانية التنبؤ حي يمكن استخدام النتائج للتنبؤ عن قضايا مختلفة في المجتمعات الكبيرة التي أخضعت أجزاء منها للدراسة وذلك باستخدام أساليب إحصائية تتيح إمكانية

اختبار الأجزاء وتعميم نتائجها على كامل المجتمع، وهناك نوعان من أساليب البحوث الكمية هي الأكثر استخداما في مجال العلاقات العامة، وهما البحث المسحي و تحليل مضمون وسائل الإعلام.

أ – البحث المسحي:

يهدف إلى قياس ممارسات تفضيلات جماهير معينة تهم المؤسسة ويستخدم لهذا الغرض أسئلة موحدة تتيح إمكانية تعميم أداء الجماهير وموقفها ودوافعها، وهو يمكن أن يكون شاملا أو بالعينة، و لا بد من إتباع الخطوات العلمية التالية لدراسة مشكلة البحث :

– **تحديد المشكلة** :لا بد من تحديد مجتمع البحث تحديدا دقيقا وكذلك تحديد المفاهيم، فبعض المصطلحات الغامضة قد تخلط في فهم المقصود منها، والتطرق للدراسات السابقة ودراسة إمكانية التنفيذ لهذا البحث
من حيث الزمن والتكلفة اللازمين.

– **وضع الفرضيات :**و هي أراء ذاتية تقدم تفسيرات محتملة للمشكلة.

– **اختيار أداة البحث :**و هي الوسيلة التي يحصل الباحث على المعلومات المطلوبة لتحليلها واستخلاص النتائج منها، وهذه الأدوات هي الملاحظة، الاستبيان، المقابلة.

اختيار العينات : و العيينة هي جزء من مجتمع محدد يتم اختيارها باتباع أسلوب التمثيل الكامل.

– **اختيار الباحثين و تدريبهم** :و هي أحد الخطوات التي يجب الاهتمام بها لتحسين جودة العلاقات العامة.

– **جمع البيانات** : ولا بد من التخطيط لذلك حسب الوقت والمكان المناسبين.
– **المراجعة المكتبية وتفريغ البيانات وتحليلها** :لا بد من إعداد كشوفات لتفريغ البيانات تسمح باستخراج العلاقات العامة الارتباطية بين المتغيرات المختلفة.
– **تفسير البيانات** :وهنا لابد على الباحث من تفسير النتائج التي توصل إليها لإضفاء المعنى الحقيقي لبحثه.

ب -تحليل مضمون وسائل الإعلام:

هنا يتبادر السؤال لماذا تحليل المضمون في العلاقات العامة؟ وذلك لأن الممارس قد يرغب في معرفة مايلي:
– لماذا تعرض وسائل الإعلام بعض الأحداث المرتبطة بالمؤسسة بالطريقة التي عرضت بها؟
– لماذا يبحث بعض المحررين عن تفاصيل مثيرة في حين يتجنبها غيرهم؟
لماذا تحتل التراعات العالمية مكانا خاصا في بعض الصحف، فيحين تحشر تحت عناوين فرعية في غيرها؟
– لماذا تتناول بعض وسائل الإعلام قضايا الفساد في المؤسسات و البيئة، في حين لا تتناولها غيرها؟
– لماذا تتحدث بعض وسائل الإعلام عن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات في حين لا تتحدث عنها غيرها؟

فيلجأ إلى تحليل المضمون للإجابة عليها، ويعرف على أنه أسلوب للبحث يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر للاتصال وذلك بالاستدلال على المعاني الكامنة في المضمون.

المطلب الثاني : مجالات و خطوات البحث في العلاقات العامة

خطوات البحث العلمي في مجال العلاقات العامة لا تختلف عن غيرها في مجالات العلوم الأخرى وهي عبارة عن مجموعة من المراحل التي تتميز بالتسلسل والتتابع والتداخل والترابط مما يجعل الخطوة الأولى في مشروع البحث تقرر طبيعة الخطوة التي تليها، وهذا ما يجعل البحوث أكثر فعالية واستفادة منها في المؤسسة، و تتنوع المجالات التي يمكن البحث فيها لدراسة العلاقات العامة.

أولا -شروط فعالية البحوث:

لكي تحقق البحوث الهدف من القيام بها لا بد من مراعاة مايلي :

-إيمان الإدارة العليا بالقيام البحوث، وأن تعمل على توفير الأموال والمعدات والأجهزة اللازمة لعملية البحث، وأن تعمل على توفير الأفراد المؤهلين القادرين على القيام بعملية البحث، و البيانات المراد الحصول عليها.

-إجراء البحوث في الوقت المناسب، حيث قد تتعرض المؤسسة لمشكلة معينة، أو تريد أن تضع خطة أو برنامجا لنشاط معين ضمن محددات زمنية، وهنا يجب الحصول على البيانات التي تساعد المؤسسة.

-وضع أسئلة البحوث الميدانية الاستقصائية بطريقة ذكية وعلمية بحيث يمكن بواسطتها الحصول على الإجابات الصحيحة التي تستفيد المؤسسة منها لوضع سياساتها وبرامجها ولضمان موضوعية النتائج فإنه يجب مراعاة تنوع الجماهير في مستوياتها وأمزجتها.

-اختيار عينة الجماهير محل الدراسة اختيارا يتناسب مع حجم ونوعية هذه الجماهير وذلك بتقسيم المجتمع إلى مجموعات متعددة، ثم يتم اختيار العينات لممثلة للجمهور محل الدراسة.

-تصميم البحوث بأسلوب علمي يضمن تجنب التحيز وعدم الموضوعية وخاصة عند تحديد المشكلة وصياغة الأسئلة وتسجيل الإجابات.

ثانيا - مجالات البحوث العلاقات العامة:

يرتبط في أذهان الكثير أن بحوث العلاقات العامة هي تلك البحوث المتعلقة بالرأي العام عن المؤسسات المختلفة .ولكن نجد أن هذه البحوث تتعدى أكثر من مجرد تحديد كيف يفكر الجماهير في المؤسسة لكي تغطي الدراسات المتعلقة بكل أبعاد أنشطة العلاقات العامة للمؤسسة، وكذلك برامج المؤسسات الأخرى، ولهذا فهي تعني جمع المعلومات عن المشاكل والفرص التي تواجه المؤسسة أو الصناعة والمجتمع، والتعرف على الأساليب الحديثة للعلاقات العامة والتي يتم تطبيقها في المؤسسات الأخرى .وتعتبر دراسة التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في أي مجتمع والتي تؤثر على الرأي العام من المجالات الأخرى الهامة لبحوث العلاقات العامة .وتغطي هذه البحوث العديد من الجوانب وذلك على النحو التالي:

1-بحوث قياس الرأي العام:

تهدف بحوث الرأي إلى معرفة انطباعات الأفراد عن المؤسسة واتجاهاتهم نحو سياساتها وإجراءاتها ومنتجاتها، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه البحوث تغطي أيضا البحوث المتعلقة بقياس جمهور معين من الجماهير مثل العاملين، المساهمين الموردين، الموزعين، وتغطي البحوث المتعلقة بقياس الرأي العام النواحي الآتية:

بحوث الصورة الذهنية .

بحوث دوافع الجماهير نحو المؤسسة .

بحوث الفعالية تأثير أنشطة العلاقات العامة على الرأي العام .

دراسات خاصة بجمهور معين .

2-بحوث أنشطة العلاقات العامة للمؤسسة والمنافسين:

لا ينبغي لبحوث العلاقات العامة أن تتضمن فقط أبحاث الرأي العام، وإنما تهتم أيضا بدراسة أنشطة العلاقات العامة ومشاكلها وطموحاتها للمؤسسة، والصناعة التي تعمل فيها، فالمعلومات الداخلية المتعلقة بأداء الحالي لأنشطة العلاقات العامة، اتصالاتها وأهدافها تعتبر أساسية للإدارة من أجل استخدامها في مجال التقويم من خلال الاقتراحات الخاصة بالتغيرات في التنظيمات والأنشطة المطبقة وتفادي المشاكل الحالية، يضاف إلى ذلك معرفة أنشطة العلاقات العامة في المؤسسات المنافسة للاستفادة منها.

3-البحوث الخاصة بالتغييرات الحالية للرأي العام:

إن التغييرات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسة التي تحدث في عصرنا هذا لها تأثير كبير على جماهيرالرأي العام، يجب دراستها لمعرفة هذا التأثير و هي أحد الدعامات الأساسية لأي برنامج بحوث علاقات عامة ناجح، فهي توضح الاتجاهات العامة لأفراد المجتمع في موضوعات البيئة و الأمان و حركات حماية المستهلك و حقوق الإنسان.

وبشكل عام هناك من يقسم مجالات بحوث العلاقات العامة الى خمسة مجالات على النحو التالي:

- بحوث تهدف الى التعرف على الصورة الذهنية للمنشاءة لدى الجماهير:

وهـي البحـوث التـي تسـتهدف اكتشـاف اتجاهـات الجمـاهير تجـاه المنشـاءة واعتقاداتهم بشانها ودرجة فهمهم لها،وما يحبونه وما لا يحبونه بالنسبة لها،كما تـدل هـذه البحـوث علـى مـدى معرفـة الجمـاهير بالمنشـاءة وارائهـم فيمـا يتعلـق بسياسـتها الانتاجيـة والتسـويقية والخدمـة الاعلانيـة والترويجيـة والقـوى البشـرية العاملة بها.

وتعـد هـذه البحـوث الادارة بالمعلومـات التـي تتـيح لهـا اعـادة النظـر فـي سياسـتها وقراراتهـا وتصـحيح المفـاهيم الخاطئـة لـدى الجمـاهير،والتعـرف علـى نقاط الجدب والتاثير في عقلية الجماهيروتحسين الصورة الذهنية للمنشاءة

-بحوث الدوافع:

تستهدف الكشـف عن الاسباب المؤدية الـى توافق اتجاهات الجمهور مع سياسـة المنشـاءة او عـدم توافقهـا وتتضـمن بحـوث الـدوافع دراسـة الـراي العـام بالوسائل التي تستخدم في الدراسات النفسية والاجتماعية والانثروبولوجية وهي لا تبحث فقط عما يقوله الناس عن المنشاءة وانما ايضا عما يفكرون فيه او يشعرون به حقيقة.

- بحوث تهدف الى قياس فعالية برامج العلاقات العامة

يستخدم في قياس مدى تاثير برنامج العلاقات العامة للمنشاءة على الراي العام ومن اهم طرق هذا القياس "قبل وبعد البرنـامج"حيث يقوم الباحث بدراسة اراء واتجاهـات ومعلومـات ومعتقدات مجموعـة افـراد تجاهـا لمنشـاءة ثـم يقـوم بتعريضـهم لحملـة العلاقـات العامـة بابعادهـا المختلفـة وبعـد ذلـك يعـاود دراسـة

ارائهم واتجاهاتهم الجديدة لقياس مدى تغير الذي حدث فيها ونوعيته كنتيجة لتاثير نشاط العلاقات العامة فيهم كما تستهدف بعض هذه البحوث قياس مدى تاثير انشطة معينة للعلاقات العامة في الراي العام

- بحوث تهدف الى التعرف على اراء واتجاهات نوعيات معينة من الجمهور:

تهتم بها المنشاءة العالمية التي يمتد نشاطها الى مناطق متعددة في العالم والنظمات الدولية والاقليمية اذ لا شك ان نشاطها سوف يتاثر بالاتجاهات والظروف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية سواء في مجتمعها المحلي او في العالم حيث تمارس نشاطها الاقتصادي او الاعلامي او الاجتماعي او الثقافي او التربوي ومن ثم فان من الضروري ان تدرس بهتمام كل الاتجاهات والمتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية حتى تستطيع ان توجه برامجها في مجال العلاقات العامة توجهها متناسبا من نوع الاتجاهات القومية او العالمية السائدة وبما تتناسب مع طبيعة الجماهير في الدول المختلفة.

- خطوات البحث العلمي و صعوبات تطبيقه:

لكي تصطبغ بحوث العلاقات العامة بالصبغة العلمية، فإنه من الضروري أن تسير وفقا لخطوات ومراحل معينة، متميزة تخضع لقواعد المنطق السليم والتفكير المتسلسل المنظم، الذي يميز بين النتائج والمسببات، ليصل إلى الحقائق والنظريات أو الحلول العملية للمشكلات، ويتميز الأسلوب العلمي بالخصائص الرئيسية التالية :

- موضوعية الباحث حيث يبني قراراته على أساس البيانات التي قام بتجميعها عن المشكلة وليس على أساس أفكار سابقة.

– الاستعانة بالمعلومات الحالية والسابقة فضروري أن يعتمد الباحث على المعلومات والبيانات ونتائج الأبحاث التي سبق التوصل إليها وجمعها سابقا.

1-صعوبات تطبيق الأسلوب العلمي في مجال العلاقات العامة:

بالرغم من تزايد الاهتمام بتطبيق أساليب البحث العلمي في مجال العلاقات العامة، إلا أن هناك بعض الصعوبات التي تواجه ممارس العلاقات العامة عند محاولة الأخذ بهذا الأسلوب في حل المشاكل ومن ضمن هذه الصعوبات مايلي:

- صعوبات متعلقة بجماهير العلاقات العامة .
- عدم توفر مقاييس دقيقة .
- صعوبة إجراء البحوث التجريبية .
- تحيز الباحث .
- النقص الواضح في النظريات والبحوث.

2-خطوات البحث:

خطوات البحث في جميع حقول البحث العلمي متشابهة وهي تتطلب دقة الملاحظة وموضوعية التحليل ويجب أن تتبع مجموعة من الخطوات المتتالية والتي تتمثل فيما يلي:

أ -تحديد المشكلة وتحديد أهداف البحث :يعتبر تحديد المشكلة هو الجوهر الأساسي الذي يرتكز عليه البحث العلمي نظرا لاعتماد الخطوات على نوع وطبيعة المشكلة موضع البحث، ولا يجب على الباحث الانتظار حتى ورود المشاكل إليه، بل يجب أن يقوم باكتشاف كل ما تواجهه الإدارة من صعوبات

أولابأول، وذلك بالتحليل المستمر للبيانات الداخلية) أرقام المبيعات مثلا ، والمقابلات مع الجماهير المتصلة بالمشروع كالموزعين والموردين والبنوك(، وبصفة عامة في بحوث العلاقات العامة قد تكون المشكلة متعلقة بأحد المجالات الآتية:

.1الجمهور الذي نريد الوصول إليه.
.2أخصائيو العلاقات العامة وأساليب اختيارهم وإعدادهم وتدريبهم.
.3الوسائل الاتصالية التي تستخدمها والرسالة التي نريد نقلها إلى الجمهور.
.4البرامج المحددة لتحقيق الأهداف.
.5تقييم نشاط المؤسسة.

وعلى الباحث أن يتأكد من أن المشكلة التي يدرسها هي موضوع قابلة للدراسة، بحيث يتم تعريف جميعالمتغيرات وأن بياناتها قابلة للتحليل، ويجب أن يتأكد من أن البحث في هذه المشكلة سيضيف نتائج قيمة علمية أو نظرية مع مراعاة التكلفة والوقت اللازمين لذلك، ويجب أم تكون هناك أهداف محددة للبحث مما يسهل القيام بالدراسة.

ب -جمع البيانات :وهناك عدة طرق لجمع البيانات، بناء على الذي يتم اختياره، وعلى عدد الباحثين المساعدين، وعلى حجم العينة موضع الدراسة التي يجب أن تختار بعناية بحيث تمثل كافة شرائح المجتمع ذوي علاقة بالمشكلة كما يجب أن يكون منسجما مع حجم الأفراد الذين يشملهم البحث ، فكلما زادت درجة الدقة في تمثيل العينة للمجموع والعكس صحيح.

ج -تبويب البيانات وتحليلها وتحويلها إلى معلومات :بعد الحصول على البيانات الأولية نتيجة الخطوات السابقة فإنه يتم البدء بمراجعتها وتبويبها في صورة جداول ومعلومات منظمة حتى تسهل دراستها، ثم تقوم الإدارة بتحليل تلك البيانات بحيث تقارن الحقائق امعة بالمشكلة الأساسية.

د -استخلاص النتائج ووضع التوصيات والاقتراحات 2 :يقوم الباحث بعد جمع الحقائق وتحليلها وتبويبها باستخلاص أبرز النتائج المتعلقة بالمشكلة موضوع البحث، ثم ينتمي إلى وضع توصياته .التي يراها مناسبة لحل المشكلة، ويضع كل ذلك مفصل وموثق ويرفعه إلى الإدارة المعينة، إن طريقة كتابةالتقرير وطريقة عرضه على الإدارة تعتبر ذات أهمية قصوى في إبراز الحقائق ووضع الحلول الناجحة لها لذلك فإن على الباحث أن يكون ذا خبرة في كتابة مثل هذه التقارير.

هـ- دراسة الآثار المترتبة على تطبيق النتائج :بعد وضع الحلول المناسبة المشكلة على الباحث القيام بدراسة نتائج الحلول الموضوعة ومعرفة أثرها على ومدى تقبل الجمهور لها وذلك في صورة تغذية عكسية يستفاد منها كثيرا في ضبط سير إدارة العلاقات العامة.

3-أدوات جمع المعلومات:

يبدأ الباحث بعد تحديد المشكلة باختيار أدوات جمع المعلومات والبيانات التي يريد أن يحصل عليها وهناك وسائل متعددة لجمع المادة العلمية و البيانات وقد يلجأ الباحث إلى أكثر من واحد منها حسب موضوع البحث، ومن هذه الوسائل نذكر :

أ -المراجع :تعتبر الكلمة المطبوعة من أهم المصادر التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة، ويمكنه في فترة وجيزة أن يكوّن من خلالها حصيلة من المعرفة، ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي:

الكتب و الدوريات والنشرات و الصحف.

ب -المحادثات والرسائل :هناك العديد من المتخصصين في مجال العلاقات العامة البارزين، وعلى الباحث أن يكون على اتصال دائم خصوصا في عصر الاتصال الرقمي والالكتروني الذي سهل كثيرا هذه المهمة، وذلك ليستفيد من خبرتهم وتجارتهم في هذا المجال وينتفع بتوجيهاتهم .وعليه قبل ذلك أن يعد نفسه إعدادا جيدا خاصة الأسئلة التي يريد طرحها.

ج -الملاحظة :وهي طريقة جمع المعلومة بالمشاهدة المباشرة فيقوم الباحث بالملاحظة ثم بدون ما توعيه ذاكرته من مشاهدات. وهي تقوم على الاجتماع الشخصي بين الباحث والمبحوثين ويجمع منهم المعلومات.

د -المقابلة: حيث يتم جمع المعلومات عن طريق أسئلة يلقيها ومعرفة رأي المبحوثين فى الموضوع والكشف على اتجاهاتهم الفكرية ومعتقداتهم الدينية، ويلجأ الباحث إلى هذه الأداة عندما يريد التعمق في دراسة بعض الحالات الفردية، ويحتاج الباحث هنا إلى الكثير من المرونة التي تمكنه من الحصول على أكثر قدر ممكن من المعلومات من خلال المناقشة.

الاستبيان: وهو من أكثر الادوات استخداماً من قبل باحثي العلاقات العامة وممارسيها وهي فن أكثر منها علم على الرغم من التقدم الكبير الذي حدث في هذا المجال، وهي استمارة تحوي أسئلة يجيب عليها المبحوث ويوجد أنواع مختلفة منها جدول البحث، وكشف البحث، **ومن مميزات هذه الطريقة:**

- تعتبر أقل تكلفة وبذلا للمجهود .
- تمكن الباحث من الحصول على بيانات من أكبر عدد من المبحوثين وفي أقل وقت ممكن .
- تمكن الباحث من الحصول على معلومات قد يصعب الحصول عليها بطرق أخرى .

ولكن يجب على الباحث أن يحذر من الوقوع في مشكلة طرح أسئلة إيحائية أو غامضة وهو تحذير سهل ذكره إلا أن تطبيقه صعب، والشكل أدناه يقدم سلسلة من الخطوات التي يستطيع الباحث إتباعها عند إعداد الاستبيان.

الفصل العاشر

القياس واستخداماته فى العلاقات العامة

– القياس واستخداماته في بحوث العلاقات العامة

يواجه الباحثون في العلاقات العامة مشكلة إيجاد الطريقة المناسبة لتحديد العوامل المؤثرة في الظواهر التي تدخل في نطاق اهتمامهم، فكان الاهتمام بعملية القياس الذي يستخدم في بحوث العلاقات العامة مهتما بالجانب الكيفي والجانب الكمي حيث أن استخدام الأرقام على نحو سليم للدلالة على ظواهر تسهم في بناء واختيار النظرية وتساعد في الشرح والتنبؤ والسيطرة على العالم الواقعي.

أولا -معنى القياس و مبادئه ومستوياته:

يعرف القياس بأنه تحديد درجة امتلاك شيء أو شخص لصفة معينة ويعرف أيضا بأنه نوع من المقارنة التي تعرض في شكل رقمي، كما يعرف القياس بأنه العملية التي تحوي استخدام الأرقام للأشياء أو للواقع طبقا لقواعد معينة.

و هذا يعني أن اتجاهات الفرد موجودة باستمرار ولكنها في حالة سكون معظم الوقت، وهذه الاتجاهات سيتم التعبير عنها في الكلام أو السلوك عندما يتم إدراك الموضوع الذي تتعلق به .ونتيجة لذلك فإن محاولات القياس قد ركزت على تحديد ووضع اتجاه معتدل أو سلبي أو ايجابي نحو موضوع معين أو ظاهرة معينة، وربما يتم التعبير عن الاتجاه بقيمة رقمية معينة أو عن طريق الترتيب .

1-مبادئ القياس:

و يقصد بذلك المتطلبات التي يجب مراعاتها عند تصميم وتقييم الأداة التي تستخدم في قياس الاتجاه، ومن أهم المبادئ التي يجب مراعاة توفيرها مايلي :

أ -التجانس :أو أحادية البعد ويعني ذلك أن التدرج يجب أن يعني بشيء واحد في الوقت الواحد، و تظهر المشكلة في حالة تدرجات قياس الاتجاهات بسبب تعدد محتوى العناصر وعدم تحديدها.

ب-الخطية :والفترات المتساوية ويعني هذا أن التدرج يجب أن يتبع نموذج الخط المستقيم مع وجود وحدات قياس ثابتة، وهذه الوحدات يسهل معالجتها إحصائياً على الرغم من أنها قد تكون غامضة من الناحية السيكولوجية.

ج-ثبات القياس :ويتعلق بإمكانية الاعتماد على نتائج القياس، فإذا طبق نفس المقياس على نفس الظاهرة اليوم وبعد أسبوع فإن النتائج يجب أن تكون أقرب ما تكون إلى التطابق ما لم يكن قد حدث تغير حقيقي في الظاهرة نفسها.

د-صحة القياس :ويتعلق هذا بمدى صحة قياس التدرج للظاهرة المطلوبة.

2-مستويات القياس:

إن أساس القياس يتمثل في أنه يمكن وضع اتجاه الشخص في نقطة معينة على الامتداد الذي يمثله، والسؤال الطبيعي الذي يمكن أن نطرحه عن هذه القيم هو المعنى الذي يمكن استخلاصه منها؟ وتتعلق الإجابة على هذا السؤال بمستويات القياس، وهناك مستويات رئيسية نذكر منها :

أ -القياس الاسمي ويغلب استخدام القياس الاسمي في حالة البحوث الاستكشافية، حيث التركيز على اكتشاف ما إذا كانت هناك علاقة بين متغيرين أكثر من التركيز على التحديد الدقيق للشكل الرياضي لهذه العلاقة من حيث اتجاهها وقوتها.

ب -القياس الترتيبي :يساعد هذا القياس على تحديد الموقف النسبي للفرد، ولكن دون التعرض للمسافات التي تصل بين النقاط المختلفة، فعندما تتعلق عملية

القياس بمقارنة مجموعة من الأفراد من حيث مدى توافر خاصية معينة لديهم فإنه يكون من السهل أن يعكس القياس لترتيب مواقعهم وليس المسافات بيتهم.

ج -قياس المراحل المتساوية :لا يهتم هذا النوع من مستويات القياس بترتيب المواقع التي يتدرج وفقا لها، ولكنه يأخذ في الاعتبار كذلك المسافات أو المراحل التي تفصل بين هذه المواقع.

ويمكن القول بإنه لم يمكن التوصل بعد إلى مقاييس توصلنا إلى هذا المستوى من الدقة في القياس، على الرغم من المحاولات العديدة التي تمت في مجال قياس الاتجاهات.

ثانيا -أهمية استخدام القياس في بحوث العلاقات العامة:

هناك عدة أسباب تدعو إلى استخدام المقاييس في العلاقات العامة من أهمها نذكر مايلي:

– استخدام المقاييس يساعد على اكتشاف العلاقات بين الظواهر بصورة علمية و وصفها.

– إمكانية توصيل نتائج البحوث للآخرين و نقل المعلومات بين الباحث وبين محيط المؤسسة والباحثين الآخرين الذين يتناولون نفس الظاهرة.

– الباحث في العلاقات العامة قد يتناول موضوعات تتضمن مفاهيم على درجة عالية من التجديد، وهذا يتطلب تعيين مجموعة من المؤشرات الواقعية مما يحقق خطوة متقدمة نحو الإجرائية، فبناء المقاييس يجذب الباحث في الواقع الميداني .

1-دور الأبحاث في تحديد الأهداف:

من المتفق عليه أنه يجب الانتظار فيما يتعلق باتخاذ قرار يتعلق بالأهداف، إلى الانتهاء من البحوث، لأن البحث هو جزء من فن إعداد القرارات، فهو يوفر الحقائق ويسهل ببيئة الرأي العام لتقبل الأهداف وتفهمها والاقتناع بها، و من شأنه أن يبسط المشكلة.

فالعلاقات العامة وظيفتها تنحصر في الاتصال بالأفراد بوصفهم أعضاء في جماعات تقصد تغيير وجهة نظرهم أو التأثير فيهم وعليهم وهنا باعتقادنا يلعب علم النفس دورا هاما وبارزا لأن التعرف على الدوافع السلوكية للجمهور يقصد التنبؤ بما يكون عليه سلوكه في المستقبل تجاه التأثيرات المختلفة على خبير العلاقات العامة الذي يبدأ في إجراء البحث أن يضع نصب عينه الأسئلة التالية:

- ما هو حال الجمهور الذي نريد الوصول إليه؟
- ما هي وسائل الإعلام والإعلان التي يجب أن ستخدمها لنصل إليه؟
- ما هي الرسالة التي يجب أن ننقلها إلى الجمهور؟

<u>ثالثا -أنواع مقاييس الاتجاهات:</u>

من أهم أنواع المقاييس التي يمكن استخدامه في قياس الاتجاهات نذكر :

1-مقياسThurtone مقياس المراحل المتساوية:

اهتم ثورتن بوضع مقياس يوفر بيانات للمراحل المتساوية من مستويات القياس، والفكرة الأساسية هي إعداد جمل المقياس بحيث تكون متدرجة وبانتظام والمسافة بين كل وحدة، و لذلك يطلق عليها طريقةالمسافات المتساوية، و

الانتقادات الموجهة لها هو احتمال اختلاف خصائص الحكام الذين قاموا بتصنيف اتجاهات أولئك الذين نقيس أرائهم.

2-مقياس ليكرت (Likert):

حاول ليكرت التغلب على مشكلة المحكمين في طريقة ثورتن و لذا لجأ إلى الاستعانة بالمبحوثين بدلا من الحكام، و ركز اهتمامه على التجانس بوضع عينة تجريبية نفسها عل تدرج بالنسبة لكل جملة، و يمتد هذا التدرج على النحو التالي:

أوافق بشدة

أوافق

محايد

لا أوافق

لا أوافق بشدة

أما عن طريقة إعداد المقياس و تقدير الوزن الخاص بكل عبارة يمكن تحديد خطواتها في الأتي:

- يجمع الباحث عددا من العبارات التي تمثل الاتجاه في الموضوع المراد قياسه بحيث تمثل درجات مختلفة من التأييد و الرفض.
- تفحص خلو الجمل من الغموض و إشارتها إلى الموضوع مباشرة .
- تكتب كل جملة على بطاقة منفصلة .
- تعرض العبارات على المحكمين لوضع أوزان لها .
- الجمل المتعارض عليها تحذف .

- الجمل الباقية تدرج و ترتب حسب الدرجات .
- يحسب وسيط الدرجات لكل جملة من تقديرات الحكام .
- تفاوت عبارات المقياس بنفس الدرجة تقريبا و تتوزع لتمثل مدى واسعا .

رابعا -اختبار نتائج القياس:

بعد أن يختار الباحث مستوى القياس الذي يوفر له نوع البيانات التي يحتاج إليها ويطبق الطريقة المناسبة لتحديد اتجاهات الأفراد نحو الظاهرة التي يقوم بدراستها، فإنه يحتاج إلى أداة تمكنه من اختيار الدلالة الإحصائية لهذه النتائج، أي اختبار ما إذا كانت الفروق حقيقية وجوهرية أم أنها راجعة إلى الصدفة.

الفصل الحادى عشر

بحوث التسويق

-**نظام بحوث التسويق**

إن مفهوم نظام بحوث التسويق يشتمل على دور هام وعميق للبحوث في عملية إدارة التسويق وهذا يتضمن المشاركة الفعالة للبحوث في عملية اتخاذ القرار مع تأكيد خاص على تزويدها بالمعلومات المفيدة لوظائف التخطيط والرقابة، إن الغرض من هذه المعلومات التي تمثل مادة لاتخاذ القرار هو تقليل الأخطاء في عملية اتخاذ القرارات وكذلك توسيع آفاق عملية اتخاذه حيث ان القرارات الجيدة تنتج بالضرورة من معلومات جيدة.

وتتمثل المشكلة الرئيسية التي تواجه العديد من المنظمات في كيفية التعرف عن قرب على احتياجات السوق وكيف تستعد لتلبية هذه الاحتياجات مستقبلاً. وكاستجابة لهذا الموضوع ظهر مفهوم خاص بالنظام المنهجي لجمع المعلومات للمساعدة في فهم السوق ولتسهيل عملية اتخاذ القرار.

أولاً: أمثلة على بحوث التسويق:

ويمكن التعرف على أهمية بحوث التسويق في نجاح الأنشطة التسويقية من الأمثلة التالية:

1. كريم الوجه (نيفيا) والشامبو (صنسيلك):

حيث كانت هناك مجموعات تركيز ومفاهيم واختبارات للمنتج واختيار للإعلان واستخدام اختبارات المنتج لفترة طويلة والاختبار التسويقي المعلمي ثم الاختبار التسويقي في السوق وعندما أصبح المنتج جاهز قدمناه في شكله النهائي وخطة تسويقية ثم اختبرنا

المنتج والخطة التسويقية في المعمل ثم بعد ذلك في السوق من خلال متاجر خاضعة لمراقبتنا.

2. في إحدى الشركات الأمريكية (اسكريتو) يعلن رئيسها أن بحوث التسويق واستراتيجية التسويق كانا من المكونات الرئيسية للتطوير الناجح لأحد أنواع الأقلام الجديدة والذي أدى لتحسين المركز المالي للشركة. ففي البحث التسويقي تمت دراسة البيع بالجملة وذلك لقياس حجم السوق المركز التنافسي للشركة.

3. في إحدى الشركات الأمريكية (يونيون كارير) التي تنتج العديد من المنتجات الصناعية نجد أنها تستخدم بحوث التسويق بشكل مكثف لتوجيه نشاط البحوث والتطوير بالشركة وتزويد إدارة التسويق بالمعلومات التي تساعدها على اتخاذ القرارات الصحيحة.

4. تواجه المنظمات التي لا تهدف إلى الربح كالجامعات والمدارس بعدد من المشاكل التسويقة التي تتطلب القيام بجمع وتحليل البيانات التسويقية.

5. طبقا للمفهوم الموسع للتسويق فإن مفهوم التسويق قد امتد ليشمل الأفكار بجانب كل من السلع والخدمات ويتطلب ذلك القيام بجمع وتسجيل وتحليل عدد كبير من البيانات أي القيام بوظيفة بحوث التسويق.

ثانياً: النظام التسويقي:

1-المزيج التسويقي:

يقصد بمصطلح متغير الخاصية أو العنصر الذي يأخذ قيماً مختلفة في أوقات مختلفة. وهذه المتغيرات التي يمكن التحكم فيها تم تحديدها على أنها مكونات المزيج التسويقي للمنتج وهي المنتج والسعر والتوزيع والترويج. هذا ويمكن تجميع هذه المتغيرات على مستويات مختلفة لتكون برامج تسويقية مختلفة أو بدائل للأنشطة التسويقية.

2- العوامل الموقفية:

تمثل المتغيرات الموقفية متغيرات مستقلة حيث أنها لا تقع تحت سيطرة التنظيم التسويقي بالشركة، وهذه المتغيرات تشكل الموقف الحالي وبالتالي يجب على إدارة المبيعات أن تتكيف معها عند صياغة وتنفيذ البرنامج التسويقي. وتتكون هذه المتغيرات المستقلة من عناصر مختلفة مثل أزمات الطاقة والمواقف التنافسية واتجاهات السوق.

3-الاستجابة السلوكية:

تؤثر كل من المتغيرات المستقلة والمزيج التسويقي والعوامل الموقفية على الاستجابة السلوكية. وتعتبر الاستجابة السلوكية متغيراً تابعاً أو نتيجة محتملة وتعتبر الاستجابة السلوكية من أكثر العوامل تعقيداً ويرجع ذلك لتأثر الفرد بنتائج السلوك في الماضي بالإضافة لتأثره حالياً بالمتغيرات المستقلة، فإعداد برنامج تسويقي يعتبر عملية تحدي ومعقدة لأقصى الحدود. وعليه فإن

تحديد العلاقات الوظيفية بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة يعتبر أمراً بالغ الصعوبة.

4 – مقاييس الأداء:

تشكل الاستجابات السلوكية الأساس للمقاييس النقدية وغير النقدية للمنظمة وتتكون المقاييس النقدية من المبيعات والحصة السوقية والربح ومعدل العائد الربحي. اما المقاييس غير النقدية فتتمثل في الصورة الذهبية للمنشأة لدى الغير. هذا وتؤدي أدوات القياس ومصادر البيانات دوراً هاماً لقياس الأداء.

ثالثاً: عملية إدارة التسويق:

1. عملية اتخاذ القرار:

تعتبر عملية اتخاذ القرار بمثابة الصفة الرئيسية المميزة لإدارة التسويق بالشركة. إن عملية اتخاذ القرار تتخلل عملية الإدارة وأن المصطلحين : اتخاذ القرار ، وعملية الإدارة غالباً ما يعتبران مرادفان لبعضهما. ويمكن التفكير في عملية اتخاذ القرار على أنها تتضمن عدة خطوات هي:

أ–التعرف على مشكلة تسويقية متميزة أو وجود فرص تسويقية.

ب– تعريف المشكلة التي تحتاج لاتخاذ القرار.

ت– تحديد الحلول البديلة.

ث– تقويم الحلول واختيار الحل الأمثل.

ج- تطبيق الحل البديل الذي تم اختياره من قبل.

إن اتخاذ قرارات تتعلق بمواقف غير روتينية يمكن ألا تحدث تماماً كما يريد المدير وذلك يرجع لحالة عدم التأكد بالعوامل الموقفية مستقبل للقيود الخاصة بجمع معلومات واضحة ودقيقة تتعلق بنتائج البدائل المتاحة المأخوذة في الاعتبار ولأن عملية اتخاذ القرار عملية إنسانية وتساهم طول الفترة بين اتخاذ القرارات واسترجاع معلومات محددة بالإضافة لعدم التأكد المرتبطة بطبيعة علاقات السبب والنتيجة بشكل جوهري في حدوث هذا الموقف. وهنا لا بد من توضيح التفرقة بين البيانات والمعلومات.

أ- البيانات عبارة عن المشاهدات والأدلة المتعلقة ببعض النواحي الخاصة بالنظام ا لتسويقي.

ب- المعلومات تشير إلى البيانات التي تخفض عدم التأكد في حالة اتخاذ القرار. وهذا التعريف يجعل استخدام مصطلح المعلومات يعتمد على المدير وعلى حالة اتخاذ القرار.

2. المعلومات المطلوبة:

هناك مجموعة من المعلومات المحددة التي يحتاج إليها مدير التسويق بغرض التخطيط والرقابة. وفي حين نجد أن هذه القائمة ليست كاملة إلا أنها تشير لأن المعلومات المطلوبة تتعلق بكل من المتغيرات التي يمكن التحكم فيها والمتغيرات التي لا يمكن التحكم فيها في النظام التسويقي بالإضافة لقياس أثر هذه المتغيرات على الاستجابة السلوكية.

ويلعب النظام التسويقي دوراً رئيسياً في توفير المعلومات اللازم لوظيفتي التخطيط والرقابة كما أن النظام يلبي حاجة التخطيط والرقابة الرسمية من هذه البيانات ولهذا تكون البحوث قادرة على تطوير منهج نظامي طبقاً لاحتياجات الإدارة من المعلومات.

هذا والمسؤولية عن البحوث ليست محددة فقط في الحصول على المعلومات وجعلها متاحة ولكن أيضاً تنظيم وإعداد هذه المعلومات بطريقة تساعد أنشطة التخطيط والرقابة بالمنظمة.

- تعريف بحوث التسويق:

هي منهج نظامي وموضوعي لتطوير المعلومات لإدارة التسويق لمساعدتها في عملية اتخاذ القرار. وهناك عدد قليل من التعليقات الخاصة لهذا التعريف وهي:

1. نظامي يشير إلى أن البحث يجب أن يكون مخططاص ومنظماً بشكل جيد.
2. موضوعية يعني أن بحوث التسويق يجب ألا تكون متحيزة وغير عاطفية عند أداء مسؤولياتها.

أما بخصوص المعلومات واتخاذ القرار فيجب الاعتراف بأن هذين البندين هما اللذان يفرقان بحوث التسويق عن البحوث في أي مجال آخر. إن الهدف الرئيسي لبحوث التسويق هو التزويد بالمعلومات (وليس البيانات) اللازمة لعملية اتخاذ القرار.

- تصنيف بحوث التسويق:

تصنف البحوث التسويقية حسب طبيعتها إلى :

1. بحث أساسي يبحث عن توسيع حدود المعرفة المتعلقة ببعض النواحي للنظام التسويقي وهناك اهتمام بسيط عن كيفية استخدام هذه المعرفة في عملية إدارة التسويق.
2. البحث التطبيقي (الاستقصاءات) تهدف لمساعدة المديريين في اتخاذ قرارات جيدة هذه البحوث توجه نحو موقف تنظيمي محدد وتسترشد بمتطلبات عملية اتخاذ القرار.

ويمكن التفرقة بين البحث الأساسي والتطبيقي على أساس درجة شمولية وتمام البحث. فالخاصية المرغوبة للبحث الأساسي هي أن يكون تاماً وشاملا"، أما البحث التطبيقي فإن درجة شموله تتحدد وفق حاجة متخذ القرار للمعلومات وعليه فإن الوقت والمال اللازمين لتحقيق هذه الدراسة الشاملة قد يكونا غير متناسبين مع المعلومات المطلوبة لاتخاذ قرار كفء وفعال.

مصادر البيانات:

بعد تحديد أهداف البحث وقائمة المعلومات المطلوبة تكون الخطوة التالية هي تحديد ما اذا كانت البيانات متاحة حالياً من مصادر داخلية أم خارجية بالنسبة للمنظمة.

نماذج جمع البيانات:

عند إعداد نماذج جمع البيانات يجب على الباحث أن يحدد بشكل فعال الصلة بين المعلومات المطلوبة والأسئلة التي ستستخدم أو الملاحظات التي ستسجل.

تصميم العينة:

تتعلق القضية الأولى في تصميم العينة بمن أو ما الذي يجب أن تصفه العينة وهذا يعني أن التعريف لمجتمع البحث أمر ضروري. وتتعلق القضية الثانية بالطريقة المستخدمة لاختيار العينة ويمكن تقسيم هذه الطريقة أما إلى الطريقة الاحتمالية أو غير الاحتمالية وحجم العينة.

جمع البيانات:

تعتبر عملية جمع البيانات عملية هامة لأنها بالفعل تتطلب نسبة كبيرة من ميزانية البحث وبالإضافة لكمية كبيرة من الأخطاء في نتائج البحث.

تشغيل البيانات:

يبدأ التشغيل للبيانات بعد تسجيلها في النماذج المعدة لذلك ويشمل ذلك عمليات الترميز والمراجعة (التنقيح).

- **الأخطاء في بحوث التسويق:**

1. أخطاء المعاينة:

تستخدم معظم دراسات بحوث التسويق العينات من الأفراد أو المنتجات أو المنظمات. وبناء على النتائج التي نحصل عليها من هذه العينات فإن الباحث والمدير يتوصلان لنتائج يمكن تعميمها على مجتمع البحث الذي سحبت منه العينة.

2. أخطاء غير المعاينة:

تشمل أخطاء غير المعاينة كل الأخطاء التي يمكن أن تحدث في عملية بحوث التسويق فيها عدا تلك الأخطاء الخاصة بالمعاينة.

وهذا المفهوم يشمل ببساطة كل نواحي عملية البحوث التي تشمل كل الأخطاء المتعمدة وغير المتعمدة والتي تحدث بشكل متكرر في عملية بحوث التسويق.

- **تأثير أخطاء غير المعاينة:**

هناك خاصيتان تميزان خطأ المعاينة مما يجعل فهم هذا الخطأ أمر مفيد للباحث وهاتان الخاصيتان هما:

أ- أن هذا الخطأ قابل للقياس.

ب- أن هذا الخطأ ينخفض كلما زاد حجم العينة.

وعلى مدار عدة سنوات ماضية استخدمت طريقة بسيطة لا تتبع أسلوباً علمياً وهذه الطريقة هي أن: متوسط مربع الخطأ للدراسات الميدانية على الأقل يساوي ضعف أخطاء المعاينة النظرية المتضمنة في تقرير البحث. ورغم ذلك فهناك دليل على أن هذه الأخطاء تكون أكبر في كثير من البحوث التجارية.

أنواع أخطاء غير المعاينة:

1. تعريف المشكلة بشكل خاطئ.
2. تعريف مجتمع البحث بشكل قاصر.
3. عدم تمثيل إطار المجتمع لمجتمع البحث.
4. أخطاء عدم الاستجابة.
5. خطأ القياس.
6. الاستنتاجات السلبية غير الصحيحة.
7. تصميم قائمة الاستقصاء بشكل ضعيف.
8. أخطاء تحليل البيانات.
9. أخطاء التفسير.

إجمالي الأخطاء:

يجب على مستخدم البحث أن يكون مهتماً بإجمالي الأخطاء حيث أنها تساوي:

إجمالي الأخطاء = أخطاء المعاينة + أخطاء غير المعاينة.

المراجع

- أحمد شلبي،" كيف تكتب بحثاً أو رسالة"، (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 1992).

– حميد الطائي، بشير العلاق، مبادئ التسويق الحديث، مدخل شامل، (عمان: دار اليازوري، 2009).

– حميد الطائي، محمود الصميدعي، الأسس العلمية للتسويق الحديث مدخل شامل، (الاردن: دار اليازوري، 2007).

– صفوت محمد العالم ، فنون العلاقات العامة (القاهرة: دار الهاني للطباعة والنشر 2002).

– عبد الحي محمود صالح، جلال الدين عبد الخالق، السيد رمضان، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الاجتماعية، (القاهرة دار المعرفة الجامعية، 2000).

– عبد الغني محمد إسماعيل، دليل الدارس إلي إعداد البحث العلمي ، (صنعاء: دار الكتاب الجامعي، 2009).

– محمد نجيب الصرايرة ، العلاقات العامة الأسس و المبادئ ،(الاردن: مكتبة الرائد العلمية 2001)

– فاطمة عبدالكاظم الربيعي، برامج العلاقات العامة واستراتيجية بناء وتعزيز سمعة المؤسسة ، مجلة الباحث الاعلامى، العدد 8، مارس2010.

– سـامى عبـد العزيـز، الاتصـالات التسـويقية المتكاملـة، ط2 (القـاهرة: دار النهضة العربية، 2006)

– سمير حسين، **بحوث الإعلام، دراسات في مناهج البحث العلمى** (القاهرة: عالم الكتب، 1996).

– سامى طايع، بحوث الاعلام(القاهرة: دار النهضة العربية، 2001).

- مجدي إبراهيم، " مناهج البحث العلمي"، (القاهرة :مكتبة الأنجلو المصرية ، 1996).

– محمد عبد الحميد، (٢٠٠٠)،" **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**"، ط٢، القاهرة: عالم الكتب 2000.

– محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط٢ (القاهرة: عالم الكتب. 2000)

– نادية العارف ، الإعلان ، (القاهرة: الدار الجامعية ، 2000).

- Books:

- Agee, Warren K., Philip H. Ault and Edwin Emery (1985) , **Introduction to Mass Communication** , New York : Harper and Row Publishers .

- Baran, Stanly J. & Dennis R. Davis (1995), **Mass Communication Theory, Foundation, Ferment and Future,** New York: Wadsworth Publishing Company.

- Litteljohn, Stephen W. (2002), **Theories of Mass Communication** , United Kingdom: Wadsworth

فهرس المحتويات

م	الموضوع	رقم الصفحة
1	**تقديم**	2
2	**الفصل الأول** **مدخل إلى مناهج البحث**	3
3	**الفصل الثانى** **أساسيات البحث العلمى** **الفصل الثالث** **أدوات البحث العلمى**	11 23
4	**الفصل الرابع** **طرق البحث وأساليبه**	39
5	**الفصل الخامس** **مجتمع الدراسة وعينتها**	52
6	**الفصل السادس** **خطوات إعداد البحث العلمي**	62
7	**الفصل السابع** **النتائج :تحليلها ومناقشتها**	**84**
8	**الفصل الثامن** **بحوث العلاقات العامة**	94
9	**الفصل التاسع** **مجالات وأنواع بحوث العلاقات العامة**	103
10	**الفصل العاشر** **القياس واستخداماته فى العلاقات العامة**	118
11	**المراجع**	138